



---

# **BACHELORARBEIT**

---

Frau  
**Karina Bleck**

**Untersuchung des Buchungsver-  
haltens der Zielgruppe Gruppenrei-  
sende unter besonderer Betrachtung  
des Schulklassenmarktes mit dem Ziel  
der Steigerung des Marktanteils und  
der Neukunden des Reiseveranstalters  
alpetour Touristische GmbH**

**2014**

# **BACHELORARBEIT**

---

**Untersuchung des Buchungsverhaltens der Zielgruppe Gruppenreisende unter besonderer Betrachtung des Schulklassenmarktes mit dem Ziel der Steigerung des Marktanteils und der Neukunden des Reiseveranstalters alpetour Touristische GmbH**

Autorin:  
**Frau Karina Bleck**

Studiengang:  
**Business Management**

Seminargruppe:  
**BM11WT1-B**

Erstprüfer:  
**Herr Professor Heinrich Wiedemann**

Zweitprüfer:  
**Frau Annette Feser (Diplom-Betriebswirtin FH)**

Einreichung:  
Mittweida, 08. Juli 2014

# **BACHELOR THESIS**

---

**Analysis of the booking behaviour  
of group travellers paying special  
consideration to the school clas-  
ses with the aim of increasing the  
market share of the tour operator  
Alpetour and attracting new cus-  
tomers**

author:

**Ms. Karina Bleck**

course of studies:

**Business Management**

seminar group:

**BM11WT1-B**

first examiner:

**Mr. Professor Heinrich Wiedemann**

second examiner:

**Mrs. Annette Feser (degree in business admin-  
istration)**

submission:

Mittweida, 8th July 2014

---

## **Bibliografische Angaben**

### **Autorin:**

Bleck Karina

### **Thema der Arbeit:**

Untersuchung des Buchungsverhaltens der Zielgruppe Gruppenreisende unter besonderer Betrachtung des Schulklassenmarktes mit dem Ziel der Steigerung des Marktanteils und der Neukunden des Reiseveranstalters alpetour Touristische GmbH

### **Topic of thesis:**

Analysis of the booking behaviour of group travellers paying special consideration to the school classes with the aim of increasing the market share of the tour operator alpetour and attracting new customers

50 Seiten

Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences

Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2014

## **Abstract**

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Thematik des Buchungsverhaltens von Gruppenreisenden. Dabei wird besonders auf das Buchungsverhalten des Schulklassenmarktes in Ober- und Niederbayern eingegangen. Ziel der Arbeit ist es, herauszufinden, an wie viele Schulen der beiden genannten Regierungsbezirke eine Klassenfahrt eigenständig planen und welche über einen Reiseveranstalter buchen. Anhand der Ergebnisse soll anschließend ein Maßnahmenplan zur Neukundengewinnung für den Reiseveranstalter alpetour erstellt werden.

Dabei werden im ersten Teil der Arbeit theoretische Grundlagen zum weiteren Verständnis der Arbeit erläutert. Neben dem aktuellen Forschungsstand werden Begriffserklärungen vorgenommen, Reisemotive von Gruppenreisenden sowie verschiedene Kaufentscheidungstypen erläutert. Mittels einer Umfrage und Leitfadeninterviews sollen die Gründe für eine selbstständige Organisation einer Klassenfahrt und für die Buchung über einen Reiseveranstalter erarbeitet werden und abschließend Handlungsempfehlungen zur Neukundengewinnung erfasst werden.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>VIII</b>
<b>1. Einführung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Hinführung zum Thema.....	1
1.2 Zielsetzung.....	2
1.3 Aufbau der Arbeit .....	2
1.4 Methodendiskussion.....	3
<b>2. Vorstellung allgemeiner Informationen zur Gruppenreise .....</b>	<b>4</b>
2.1 Begriffserklärungen .....	4
2.1.1 Marketing und Tourismus.....	4
2.1.2 Reisemittler, Reiseveranstalter und Pauschalreise.....	5
2.1.3 Definition des Begriffs Gruppenreise .....	7
2.2 Reiserechtliche Hinweise für Reiseanbieter und Reisende.....	8
2.3 Erläuterung des Forschungsstandes .....	9
2.3.1 Zahlen und Fakten über die Gruppenreise .....	9
2.3.2 Vorstellung bereits vorhandener Resultate aus vorange- gangen Arbeiten.....	11
<b>3. Entwicklung des Tourismus-Marketings in Deutschland.....</b>	<b>14</b>
3.1 Definition Marketing und Tourismus-Marketing.....	14
3.2 Entwicklungsstufen des Tourismus-Marketings .....	14
3.3 Der Marketing-Mix .....	16
3.4 Erarbeitung der Reisemotive von Gruppenreisenden .....	18
<b>4. Darstellung verschiedener Kaufentscheidungstypen .....</b>	<b>21</b>
4.1 Habitualisierte Kaufentscheidung .....	21
4.2 Impulsive Kaufentscheidung.....	21
4.3 Limitierte Kaufentscheidung .....	22
4.4 Extensive Kaufentscheidung .....	22
<b>5. Untersuchung des Buchungsverhaltens der Zielgruppe Gruppenreisende unter besonderer Betrachtung des Schulklassenmarktes.....</b>	<b>23</b>
5.1 Analyse und Auswertung der Umfrage .....	23

---

5.1.1 Erläuterung der Methodik .....	23
5.1.2 Darstellung des Untersuchungsdesigns .....	25
5.1.3 Kritische Reflexion der Ergebnisse.....	26
5.1.3.1 Allgemeine Angaben zur Klassenfahrt.....	27
5.1.3.2 Reisemotive für eine Klassenfahrt .....	29
5.1.3.3 Planungsprozess und Buchung .....	30
5.1.3.4 Budgetierung der Klassenfahrt .....	36
5.2 Untersuchung und Auswertung der freien Interviews.....	38
5.2.1 Aufzeigen der Methodik.....	38
5.2.2 Präsentation des Untersuchungsdesigns .....	39
5.2.3 Limitation der Resultate.....	40
5.2.3.1 Allgemeine Angaben zur Klassenfahrt.....	40
5.2.3.2 Planungsprozess und Buchung .....	40
5.2.3.3 Gründe für eine Selbstorganisation bzw. für eine Buchung über einen Reiseveranstalter.....	41
5.2.3.4 Nachteile einer eigenständigen Planung und der Buchung über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter.....	42
5.2.5 Überzeugungsleistung .....	43
5.2.6 Fazit .....	44
<b>6. Aufstellung eines Maßnahmenplans zur Neukundengewinnung und Markanteilssteigerung für den Reiseveranstalter alpetour .....</b>	<b>46</b>
6.1 Vorstellung des Reiseveranstalters .....	46
6.2 Ausarbeitung eines Maßnahmenplans .....	47
6.2.1 Handlungsempfehlungen für die Produktpolitik .....	48
6.2.2 Maßnahmen für die Preispolitik .....	50
6.2.3 Handlungsempfehlungen für die Distributionspolitik .....	50
6.2.4 Kommunikationsmaßnahmen.....	51
6.2.5 Zeitplanung und Budgetausgaben.....	54
6.2.6 Erfolgsmessung .....	56
<b>7. Schlussfolgerungen und Ausblick.....</b>	<b>57</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>59</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>61</b>
Anhang 1: Anschreiben und Fragebogen .....	62
Anhang 2: Auswertung der Umfrage .....	69
Anhang 3: Leitfaden für die Interviews.....	79
Anhang 4: Auflistung der Interviews 1 bis 15 .....	80
<b>Eigenständigkeitserklärung .....</b>	<b>103</b>

---

## Abkürzungsverzeichnis

bzw.	beziehungsweise
bspw.	beispielsweise
DRV	Deutscher Reiseverband
POS	Point of Sale
RDA	Internationaler Bustouristik Verband

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Für welche Klassenstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert? ..27	27
Abbildung 2: Welche Art von Klassenfahrt haben Sie durchgeführt? .....27	27
Abbildung 3: Welche Informationsquellen nutzen Sie um sich über mögliche Reiseziele zu informieren? .....29	29
Abbildung 4: Warum führen Sie eine Klassenfahrt durch? .....29	29
Abbildung 5: Wer trifft die Entscheidung über folgende Faktoren? .....30	30
Abbildung 6: Wie sehr stimmen Sie folgenden Aussagen zu? .....31	31
Abbildung 7: Was ist Ihnen bei der Auswahl der Unterkunft wichtig? .....32	32
Abbildung 8: Was sind die Gründe für eine selbstständig organisierte Klassenfahrt? ..33	33
Abbildung 9: Mit welchen Herausforderungen wurden Sie bei der Planung konfrontiert? .....34	34
Abbildung 10: Was ist Ihnen bei der Buchung über einen Reiseveranstalter wichtig? .35	35
Abbildung 11: Wie viel darf eine Klassenfahrt maximal pro Person kosten? .....36	36
Abbildung 12: Womit wird die Fahrt zusätzlich finanziert? .....37	37



# 1. Einführung

## 1.1 Hinführung zum Thema

In der heutigen Zeit ist das Überleben für Reiseveranstalter eine große Herausforderung. Durch die große Anzahl an Anbietern ist es dem Kunden freigestellt für welchen er sich entscheidet. Ist die Konkurrenz beliebter und bleibt der Erfolg aus, kann es im schlimmsten Fall dazu führen, dass ein Insolvenzverfahren droht. Mit dieser Situation wurde unter anderem der Reiseveranstalter GTI Travel im letzten Jahr konfrontiert.<sup>1</sup>

Der Reiseveranstalter war auf Reisen in die Türkei spezialisiert. Rund 600.000 Gäste pro Jahr buchten ihre Urlaubsreise über ihn. Die Organisation der Rückreise sollte von der Fluggesellschaft Sky Airlines übernommen werden, die ihren Betrieb ebenso einstellen musste. Beide Firmen gehörten der Tochtergesellschaft Kayi Group an, die aufgrund mangelnder Kalkulation die Pleite beider Unternehmen hervorgerufen hat. Insgesamt waren rund 70.000 Urlauber betroffen.<sup>2</sup>

Zahlreiche Wettbewerber drängen sich auf dem Gruppenreisemarkt. Um das beschriebene Szenario zu vermeiden ist eine richtige Kalkulation, sowie die Produktpflege und Kundenbindung wichtig. Durch die große Informationsflut zahlreicher Reiseanbieter und neu entstehender Vertriebswege über das Internet oder Smartphones muss man sich deutlich von der Konkurrenz absetzen. Es ist notwendig die Bedürfnisse und Wünsche der potenziellen Kunden zu kennen, um für diese genau abgestimmte Programme zu erstellen. Je besser das Angebot auf den Reisenden zugeschnitten ist, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit der Buchung. Daneben muss gewährleistet werden, dass der Kunde auf das Angebot aufmerksam wird und sich darüber informieren möchte.

Der Gruppenreiseveranstalter alpetour hat sich auf das Segment Klassenfahrten spezialisiert. Daher ist es für diesen wichtig zu wissen, welche Reisemotive den Kunden zu einer Entscheidung für eine Schulfahrt bewegen und welche Prozesse während einer Kaufentscheidung ablaufen. Ebenso ist es sinnvoll sich mit den Marketingmaßnahmen

---

<sup>1</sup> [www.derwesten.de](http://www.derwesten.de), Zugriff v. 16.06.2014

<sup>2</sup> [www.faz.net](http://www.faz.net), Zugriff v. 16.06.2014

eines Tourismusbetriebes auseinanderzusetzen, um die eigenen Produkte am besten zu bewerben. Um Handlungsmaßnahmen aufstellen zu können, müssen Informationen bezüglich des Buchungsverhaltens auf dem Schulklassenmarkt erhoben werden.

## **1.2 Zielsetzung**

Ziel dieser Arbeit ist herauszufinden, welche Kriterien für Lehrer bei der Buchung einer Klassenfahrt eine entscheidende Rolle spielen. Dabei wird speziell das Buchungsverhalten von Schulklassen analysiert. Anhand einer Umfrage und Interviews soll herausgefunden werden, ob die Planung selbstständig oder über einen Reiseveranstalter erfolgt. Aus den gewonnen Ergebnissen wird ein Maßnahmenplan zur Neukundengewinnung und Marktanteilssteigerung erstellt.

## **1.3 Aufbau der Arbeit**

Die Arbeit ist in sieben Abschnitte gegliedert. Zu Beginn erfolgt eine kurze Einführung in die Thematik. Im zweiten Kapitel werden zunächst verschiedene Begriffserklärungen vorgenommen, die für das weitere Verständnis der Arbeit dienen. Danach wird auf die reiserechtliche Verpflichtungen von Reiseanbietern und Reisenden näher eingegangen und anschließend der aktuelle Forschungsstand im Bereich Gruppenreisen erläutert.

Der dritte Abschnitt stellt die Entwicklung des Tourismusmarketings dar. Dabei wird ebenso auf den Marketing-Mix sowie auf einige Reisemotive von Gruppenreisenden eingegangen.

Im vierten Teil werden verschiedene Typen von Kaufentscheidungen erläutert. Diese sollen verdeutlichen, welche Kaufentscheidungsprozesse bei unterschiedlichen Käufen ablaufen und welchem Typ eine Reiseentscheidung angehört.

Im fünften Kapitel erfolgt eine Auswertung der Umfrage und der Interviews. Dabei wird zunächst die Methodik und Vorgehensweise und das Untersuchungsdesign vorgestellt. Abschließend werden die Ergebnisse kritisch reflektiert und zusammengefasst. Dieser Abschnitt bildet die Basis für das nächste Kapitel.

Aus den Resultaten der empirischen Untersuchungen wird im sechsten Abschnitt ein Maßnahmenplan zur Neukundengewinnung und Steigerung des Marktanteils des Rei-

severanstalters alpetour aufgestellt. Zunächst wird das Unternehmen vorgestellt und anschließend ein Maßnahmenplan basierend auf den Marketing-Mix erarbeitet. Es werden Ideen vorgestellt, welche zur Neukundenakquise relevant sind.

Abgerundet wird die Arbeit durch Schlussfolgerungen und einen Ausblick auf weitere Forschungsfragen.

## 1.4 Methodendiskussion

Die vorliegende Arbeit behandelt sowohl die Theorie als auch die empirische Erhebung. Die ersten vier Kapitel beruhen auf der Sekundärforschung. Es wird entsprechende Fachliteratur zur Erläuterung der einzelnen Teilgebiete verwendet, um diese genau darzustellen. Sekundärquellen können dabei Fachbücher, Umsatzstatistiken, Kostenrechnungen oder Statistiken vom Bundesamt sein.<sup>3</sup> Im fünften Kapitel wird primäre Forschung betrieben. Da die vorhandenen Ergebnisse nicht allein für die Bearbeitung der Forschungsfrage ausreichen, werden neue Daten erhoben und kommen sozusagen aus erster Hand. Dabei kann zwischen quantitativer und qualitativer Forschung unterschieden werden.

Die quantitative Arbeitsweise zielt darauf ab, eine große Anzahl an Daten zu erhalten. Dies wird vor allem bei Experimenten mit kausalen Studien angewendet. Damit soll ermöglicht werden, die Resultate der befragten Menge auf die Grundgesamtheit vieler Personen zu schließen.

Der qualitative Prozess legt nur geringen Wert auf eine große Anzahl an Ergebnissen. Vielmehr wollen Forscher bei dieser Methode tiefer in ein bestimmtes Fachgebiet vordringen und explizite Meinungen darüber in Kenntnis bringen. Diese können z.B. anhand von Einzel- oder Experteninterviews eingeholt werden.<sup>4</sup>

Es wurde ein Umfragebogen entwickelt, der Fragen zum Buchungsverhalten bei Klassenfahrten behandelt. Der Fragebogen wurde speziell auf Lehrkräfte verschiedener Schulen abgestimmt. Daneben wurden freie Interviews mit Lehrern durchgeführt, um noch genauere Ergebnisse zu erhalten.<sup>5</sup> In der vorliegenden Arbeit werden beide Forschungsvarianten angewendet.

---

<sup>3</sup> vgl. Altobelli/Hoffmann (2011), S. 19 f.

<sup>4</sup> ebd., S. 15 f.

<sup>5</sup> vgl. Koch (2012), S. 49

## 2. Vorstellung allgemeiner Informationen zur Gruppenreise

### 2.1 Begriffserklärungen

#### 2.1.1 Freizeit und Tourismus

Nach Opaschowski kann der Begriff Freizeit nicht gleichgesetzt werden mit dem Gefühl des Freiseins. Der lang ersehnte Feierabend nach der Arbeit bedeutet noch lange nicht Freizeit. Es müssen eventuelle Einkäufe erledigt werden oder diese Zeit wird genutzt um sich vom Arbeitsstress zu regenerieren. Jedoch ist es jedem selbst überlassen, wie viel Zeit er den alltäglichen Pflichten widmet und wie viel Freiraum er sich einräumt. Nach Opaschowski wird die Arbeitszeit als das Gegenteil der Freizeit angesehen.<sup>6</sup> Tätigkeiten wie die Hausarbeit oder soziale Verpflichtungen sind zwar ein Teil der freien Zeit, können aber nicht ganz als solche angesehen werden. Aktivitäten wie das Nichtstun, zum Schwimmen gehen, Besuche machen, mit Freunden ausgehen oder verreisen zählen zur echten Freizeit.<sup>7</sup>

Historisch gesehen verankerte sich der Freizeitgedanke im späten Mittelalter. Mit der Erfindung der mechanischen Uhr wurde der Arbeitsalltag geregelt. Die Zeit war nicht mehr von Gott geschenkt und wurde durch die Uhr bestimmt.

Die Menschen hatten jedoch bis dahin nur an kirchlichen Feiertagen frei. Erst als eine genaue Angabe an Arbeitsstunden festgelegt wurde, konnte man die Freizeit klar von der Arbeit trennen. Dies wurde als Chance für die Schaffung eines eigenen Kulturraums gesehen, der von jedem eigenständig gestaltet werden kann.<sup>8</sup>

Diese Idee und Vorstellung war zunächst ab dem 18. Jahrhundert nur für das Bürgertum bestimmt. Ab der zweiten Hälfte durfte sich auch die Arbeiterschicht daran erfreuen. Der Freizeitgedanke verfestigte sich immer stärker in den Gedanken der Menschen. Nach dem Ende des Ersten Weltkrieges wurden die Wochen- und Tagesarbeitsstunden drastisch gekürzt. Somit nahm die frei verfügbare Zeit deutlich zu.

---

<sup>6</sup> vgl. Opaschowski (2008), S. 27

<sup>7</sup> ebd., S. 26

<sup>8</sup> vgl. Fuchs/Mundt/Zollondz (2008), S. 282 ff.

Als sich Wohnung und Arbeitsplatz nicht mehr im selben Ort befanden, wurden weitere Formen, wie der Urlaub, der freie Samstag und der Mutterschaftsurlaub, eingeführt.<sup>9</sup>

Im 21. Jahrhundert überwiegt deutlich die Freizeit gegenüber der Arbeitszeit. Unsere Gesellschaft wird als eine Freizeitgesellschaft angesehen. Die Anzahl freier Tage wird je nach Lebensphase und Milieuzugehörigkeit eines jeden Menschen bestimmt.

Jedoch ist unumstritten, dass die Freizeit als ein Symbol des Wohlfühlens und der Wohlfahrt verstanden wird.

Durch die fortlaufende Entwicklung neuer Technologien lässt sich jedoch nicht mehr deutlich unterscheiden, ob das Notebook während des Urlaubs zum Abrufen der E-Mails als Arbeit oder Freizeit gezählt wird. In der gegenwärtigen Zeit verschwimmen die Grenzen immer mehr ineinander.<sup>10</sup>

Durch die Einführung der Freizeit hatte man mehr Zeit zum Reisen, wodurch der Tourismus stark zunahm. Dieser Begriff stammt aus dem griechischen „tornos“ und bedeutet Rundung oder Wendung. Damit ist das Verlassen des Heimatortes für einen länger festgelegten Zeitraum und die anschließende Rückkehr gemeint. Der gewählte Aufenthaltsort darf weder hauptsächlicher noch stetiger Wohnsitz sein. Es muss mindestens eine Übernachtung höchstens aber 364 zwischen Hin- und Rückreise liegen, um von Tourismus sprechen zu können.<sup>11</sup>

### **2.1.2 Reisemittler, Reiseveranstalter und Pauschalreise**

Die Begriffe Reisebüro und Reiseveranstalter werden meist als ein und dasselbe verstanden. Dies entspricht jedoch nicht der Ansicht der Fachleute.

Ein Reisebüro wird als Reisemittler bezeichnet. Solch ein Handelsbetrieb bietet Reiseangebote von Reiseveranstaltern an und gilt als Schnittstelle zwischen Kunde und Veranstalter.<sup>12</sup> Für die Vermittlung einer Reise erhält das Unternehmen eine Basisprovision. Diese besteht aus einem prozentualen Wert, der vom Umsatz abgezogen wird. Eine Erhöhung des Provisionssatzes kann durch eine Staffelprovision erfolgen. Hierbei

---

<sup>9</sup> vgl. Fuchs/Mundt/Zollondz (2008), S. 282 ff.

<sup>10</sup> ebd., S. 282 ff.

<sup>11</sup> ebd., S. 691 ff.

<sup>12</sup> ebd., S. 563 f.

wird eine bestimmte Prozentsumme gezahlt, wenn beispielsweise eine Mindestanzahl an gebuchten Reisen erreicht wird.<sup>13</sup>

Auch existieren unterschiedliche Arten von Reisemittlern. Das Vollzeit-Reisebüro besitzt die Lizenz von Reiseveranstaltern, Hotels, der Deutschen Bahn etc. zum Verkauf derer Angebote. Dadurch können jegliche Arten von Reiseleistungen (Unterkunft, Transportmöglichkeiten, Eintrittskarten) verkauft werden.

Im Gegensatz dazu vermittelt ein touristisches Reisebüro nur die Programme von Reiseveranstaltern. Des Weiteren existieren Online- und Spezial-Reisebüros. Letztere haben sich auf ein einziges Segment, z.B. Kreuzfahrten, spezialisiert. Die Angebotsvielfalt beschränkt sich zwar auf einen kleinen Bruchteil, jedoch weisen die Mitarbeiter hohe Fachkompetenz auf und können häufig besser auf besondere Kundenwünsche reagieren.<sup>14</sup>

Der Begriff des Reiseveranstalters lässt sich in zwei Kategorien unterteilen: in den integrierten und den traditionellen Veranstalter.

Während beim integrierten verschiedene Workflow-Prozesse im Unternehmen selbst stattfinden, übernimmt der traditionelle mehr die klassische Funktion. Dies bedeutet, dass der traditionelle Veranstalter alle Leistungen von den Leistungsträgern in den Zielgebieten beschafft und diese zu neuen Gesamtpaketen mit einem einheitlichen Preis anbietet. Das Gesamtrisiko lastet dabei auf ihm, weil unter seinem eigenen Namen und auf seine eigene Verantwortung geworben wird.

Durch Verträge sind die Leistungsträger an den Veranstalter gebunden. Die vereinbarten Bedingungen sind von den Trägern der Destinationen vor Ort zu erfüllen.

Um die Reisen an möglichst viele Kunden zu verkaufen, helfen Reisemittler.<sup>15</sup>

Eine Pauschalreise wird von beiden genannten Anbietern verkauft und muss mindestens zwei Hauptleistungen, wie z.B. Transport und Unterkunft, beinhalten. Diese werden in einem Gesamtpaket zusammen zu einem einheitlichen Preis angeboten. Eine genaue Kostenaufschlüsselung ist für den Kunden nicht ersichtlich.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> vgl. Kirstges (2014), S. 108 f.

<sup>14</sup> vgl. Fuchs/Mundtz/Zollondz, S. 563 f.

<sup>15</sup> ebd., S. 576 ff.

<sup>16</sup> ebd., S. 508

### 2.1.3 Definition des Begriffs Gruppenreise

Als Gruppenreise wird eine Reise bezeichnet, die von mehreren Personen bewusst und gemeinsam durchgeführt wird. Synonym kann auch der Begriff Gesellschaftsreise verwendet werden. Um von einer Gruppe sprechen zu können, müssen mindestens drei Personen an einer Reise teilnehmen.

Heutige Formen dieser Reisen sind beispielsweise Klassenfahrten, Incentivereisen, Kreuzfahrten oder Studienreisen. Die Reise muss mindestens zwei Hauptleistungen enthalten. Ohne eine Übernachtungsmöglichkeit wird dies als ein Gruppenausflug angesehen.<sup>17</sup>

Viele Anbieter von Gruppenreisen erstellen schon vor der konkreten Kundenanfrage ein Programm, für welches man sich anmelden kann. Zudem gibt es auch die Möglichkeit, den Reiseablauf mit gewünschten Elementen des Kunden anzupassen. Eine Gruppe von drei Personen gilt als sehr kleine Gruppe. Besser geeignet sind sechs bis zehn Teilnehmer. Nach oben hin gibt es keine Einschränkungen. Reiseveranstalter von Studienfahrten können eine maximale Teilnehmerzahl festlegen (z.B. 24 Teilnehmer), um den Qualitätsstandard der Reise zu bewahren.<sup>18</sup>

Oft wird ein Mengenrabatt angeboten, wenn sich eine geschlossene Gruppe für die Buchung einer Reise findet. Das hat für den Veranstalter zum Vorteil, dass nur eine einzige Buchung vorliegt. Es muss hierfür bereits im Angebot die Mindestteilnehmerzahl definiert und erwähnt werden. Ebenso ist es wichtig vorab zu klären, ob spezielle Preise für Kinder und Jugendliche gelten und Haustiere mitgeführt werden dürfen.

Daneben kann auch eine offene Gruppe zusammen verreisen. Interessenten können sich einzeln oder mit mehreren Personen für die Fahrt anmelden. Der Veranstalter stellt die Reisegruppe anhand der Anmeldungen zusammen. Welche und wie viele weitere Reisende an der Gruppenfahrt teilnehmen, erfährt jeder einzelne erst zum Reisebeginn.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> ebd., S. 331 f.

<sup>18</sup> ebd., S. 331

<sup>19</sup> ebd., S. 331 f.

## 2.2 Reiserechtliche Hinweise für Reiseanbieter und Reisende

Ein Reiseveranstalter verpflichtet sich bei der Buchung einer von ihm angebotenen Reise, die erwähnten Leistungen des Angebotes zu erbringen. Darüber hinaus muss er aber noch weiteren Pflichten nachkommen. Ebenso muss der Reisende als Vertragspartner seine Verpflichtungen erfüllen und beachten. Diese werden für beide Seiten nachfolgend erläutert.

Sobald ein Reisevertrag durch Angebot und Annahme<sup>20</sup> zustande kommt, muss der Veranstalter beim Abschluss des Vertrages eine Reisebestätigung an den Kunden aushändigen. In dieser werden alle für die Reise relevanten Informationen, wie der Zeitraum, der Abfahrtsort und die Unterkunft aufgeführt. Hat der Reisende einen Sonderwunsch bezüglich seines Urlaubs, muss dies ebenfalls in der Bestätigung dokumentiert sein. Sollte eine Änderung oder Unstimmigkeit vorliegen, kann der Reisende eine neue Bestätigung anfordern.<sup>21</sup>

Wird eine Reise für mehrere Teilnehmer gebucht, so muss dem Veranstalter bewusst sein, ob es sich um eine Familien- oder Gruppenreise handelt.

Stellvertretend für die ganze Familie fungiert derjenige, der die Reise bucht. Er ist der Vertragspartner des Reiseveranstalters. Nach dem Ende der Reise können Mängelansprüche von der Kundenseite her erfolgen.

Bei einer Gruppenfahrt gibt es ebenso einen Repräsentanten, jedoch wird davon ausgegangen, dass zwischen dem Veranstalter und jedem einzelnen Teilnehmer ein eigener Vertrag besteht. Sollte ein Mangel während der Reise auftreten, ist dieser von der jeweiligen Person zu melden. Dasselbe gilt auch bei einer Klassenfahrt, die als Gruppenreise verstanden wird.<sup>22</sup>

Allerdings ist es sinnvoll eine Haftungserklärung des Anmelders in die Allgemeinen Geschäftsbedingungen aufzunehmen. Damit werden Zahlungsprobleme umgangen. Der Stellvertreter der Gruppe haftet somit für den gesamten Reisepreis, Stornozahlungen und weitere Verpflichtungen.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> vgl. Führich (2011), S. 29

<sup>21</sup> ebd., S. 21 f.

<sup>22</sup> ebd., S. 22 f.

<sup>23</sup> ebd., S. 23



Inhaltliche Pflichten die ein Veranstalter erfüllen muss, sind zum einen die Gewährleistung des Transportes durch sichere und geprüfte Transportmittel. Zum zweiten müssen die Leistungen in einer logischen Abfolge koordiniert werden um einen einwandfreien Ablauf und Aufenthalt zu ermöglichen. Zudem ist es wichtig den Reisenden über Einreisedokumente, gesundheitliche Risiken, Unruhen oder Aufstände sowie Naturkatastrophen im Zielgebiet zu informieren. Auch ist der Veranstalter verpflichtet über Baulärm oder Flugverzögerungen Angaben zu machen. Dieser hat ebenso eine Obhuts- und Fürsorgepflicht für den Reisenden. Treten Probleme während des Urlaubs auf, sollte ein lokaler Ansprechpartner vorzufinden oder eine Notfalltelefonnummer angegeben sein.<sup>24</sup>

## **2.3 Erläuterung des Forschungsstandes**

Nach verschiedenen Begriffserklärungen und Hinweisen zum Reiserecht wird im Folgenden auf den aktuellen Forschungsstand bezüglich Gruppenreisen näher eingegangen. Im ersten Teil werden allgemeine Zahlen und Fakten zur Thematik dargestellt. Im nächsten Abschnitt werden Dissertationen vorgestellt, die sich bereits mit dieser Reiseart auseinander gesetzt haben.

### **2.3.1 Zahlen und Fakten über die Gesellschaftsreise**

Wie bereits erwähnt, zählen unter anderem Sprachreisen, Studienfahrten, Jugendreisen, Busreisen oder Klassenfahrten zu der Gesellschaftsreise.

Laut der Studie des Deutschen ReiseVerbandes e.V. (DRV) lag im Jahr 2013 die Gesamtanzahl der Urlaubsreisen in Deutschland bei 70,7 Millionen, wobei davon mehr als 40% Pauschalreisen gebucht wurden. Diese wurden über ein Reisebüro oder einen Reiseveranstalter durchgeführt. Grundsätzlich wurde ermittelt, dass 85% der Deutschen die Pauschalreise bei einem Reisemittler buchen. Ein Drittel der Reisenden verreist innerhalb Deutschlands, während 7% Fernreiseziele anstreben. Der Rest fährt

---

<sup>24</sup> vgl. Führich (2011), S. 27 f.

hauptsächlich ans Mittelmeer. Knapp 78% der gesamten deutschen Bevölkerung verreiste im letzten Jahr.<sup>25</sup>

Neben den allgemeinen Daten einer Gruppenreise ist es ebenso wichtig, den Jugendreisemarkt näher zu erläutern, da dieser Bestandteil der Arbeit ist. Laut den Reisetrends der Studie der Internationalen Tourismusbörse in Berlin (ITB) verreisen Jugendliche immer häufiger und wollen ihnen noch unbekannte Ziele erkunden. Es wird sogar die Prognose gestellt, dass die Anzahl der internationalen Reisen von Jugendlichen bis zum Jahr 2020 von 200 Millionen auf 300 Millionen ansteigen wird.<sup>26</sup>

Die jungen europäischen Erwachsenen machen etwa die Hälfte des weltweiten Reise-marktes aus. Insgesamt werden Kurzreisen mit weniger als sieben Übernachtungen von zwei Dritteln bevorzugt. Deutschland, Frankreich und Großbritannien kristallisieren sich dabei als Spitzenreiter heraus.

Des Weiteren zeigte sich in der Studie, dass die Anzahl der Jugendlichen, die Urlaub machen wollen (45%), nur gering höher ist als die Zahl der Heranwachsenden, die ihre Reise mit der Weiterbildung verbinden (38%). Letztere nehmen beispielsweise an einer Sprachreise zur Auffrischung der Sprachkenntnisse teil oder absolvieren ein Auslandspraktikum. Die wichtigsten Verkehrsmittel stellen dabei Bus und Bahn dar. Das Flugzeug gewinnt durch die Vielzahl an Billigflügen jedoch immer mehr an Bedeutung.<sup>27</sup>

Auch der Markt der Busreisen ist im Gruppenreisesegment wirtschaftlich sehr erfolgreich. Die Studie Fakten und Trends im Bustourismus 2013 vom Internationalen Bustouristik Verband zeigt, dass die Busreisen 8% des Marktanteils im Jahr 2012 ausmachten. Die Kurzreisen, die mit einem Bus unternommen wurden, stiegen um 1,4 Millionen zum Vorjahr an. Insgesamt wurden 79,6 Millionen Kurzreisen mit einem Reisebus durchgeführt. Jährlich wenden rund 100 Millionen Reisende diese Art des Verreisens an. Zu den beliebtesten Inlandszielen gehören Berlin, Bayern, Hamburg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen. Der Bustourismus wird zudem weiter ansteigen, da dieser Studie nach bei 22,4% das Interesse an einer Busreise in naher Zukunft be-

---

<sup>25</sup> [www.de.statista.com](http://www.de.statista.com), Zugriff v. 20.05.2014

<sup>26</sup> [www.de.statista.com](http://www.de.statista.com), Zugriff v. 20.05.2014

<sup>27</sup> [www.de.statista.com](http://www.de.statista.com), Zugriff v. 20.05.2014

steht. Bei einem der Drittel dieser Urlauber handelt es sich sogar bei ihrer Hauptreise um eine Gruppenreise. 13% verreisen dabei in einer geschlossenen Gruppe.<sup>28</sup>

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Gruppenreise durch Reiseformen wie der Busreise, der Sprachreise oder der Pauschalreise stark im Kurs und auch nicht so einfach vom Markt wegzudenken ist. Der Bus ist nebenbei ein umweltfreundliches Verkehrsmittel um eine größere Personenanzahl von A nach B zu bringen.

### **2.3.2 Vorstellung bereits vorhandener Resultate aus vorangegangenen Arbeiten**

Nach einem kurzen Überblick über die Gruppenreise werden die bereits gewonnenen Resultate aus vergangenen Arbeiten vorgestellt.

Da es viele unterschiedliche Formen der Gesellschaftsreise gibt, wurden auch dementsprechend Forschungen zu Teilgebieten dieser Thematik gemacht.

Es wurde z.B. schon untersucht, ob die Zielgruppe der 40 bis 55 Jährigen für eine Gruppenreise geeignet ist. Diese Arbeit wurde zusammen mit einem Reiseveranstalter für Studienreisen erarbeitet. Dabei wurde mittels einer Umfrage untersucht, wie passend Studienfahrten für diese Reisenden sind und welche Marketingmaßnahmen unternommen werden können, um die Gruppe gezielt anzusprechen. Es stellte sich heraus, dass die 40 bis 55 Jährigen für eine Reise das meiste Geld im Gegensatz zu anderen Freizeitaktivitäten ausgeben.<sup>29</sup> Daneben gaben zwei Drittel der Befragten an, dass sie gerne in den nächsten fünf Jahren eine Studienfahrt durchführen möchten.<sup>30</sup>

In einer anderen Studie wurde diskutiert, ob Mannschaftsreisen von Sportvereinen relevant für Reiseveranstalter sind. Da es wenig Angebote für Sportteams auf dem Markt gibt, werden diese höchstwahrscheinlich innerhalb des Vereins organisiert. Analysiert wurde speziell das Bundesland Nordrhein-Westfalen, um zu sehen wie groß der Bedarf

---

<sup>28</sup> [www.de.statista.com](http://www.de.statista.com), Zugriff v. 04.06.2014

<sup>29</sup> vgl. Folger (2010) Diss., S.24

<sup>30</sup> ebd., S.53

an Mannschaftsreisen über einen Veranstalter ist. Es wurden die Gründe für eine Selbstorganisation ermittelt und anhand der Ergebnisse die Diskussion geführt, ob der Bedarf an fremdorganisierten Vereinsreisen besteht und wie dies von der Anbieterseite umgesetzt werden kann.<sup>31</sup>

Neben den genannten Arbeiten wurde auch eine Prognose für den Tourismus im Jahr 2015 aufgestellt. In dieser Literaturausgabe befinden sich Berichte von Professoren und Dozenten der Hochschule Harz. Der Professor Karl Born beschäftigt sich dabei mit der Frage, ob die traditionelle Pauschalreise am Ende ist. Der Erfolg dieser Reiseform zeichnete sich dadurch aus, dass sie ständig weiterentwickelt und durch günstige Preise, Zusatzleistungen und eine breite Angebotsvielfalt von vielen Urlaubern gewählt wurde.<sup>32</sup> Durch eine starke Marktsegmentierung und einen verstärkten Preisdruck durch die Konkurrenz ist die Anbieterseite vor Herausforderungen gestellt.

Zudem geht der Trend weiterhin zur individuellen Gestaltung. Viele sind der Meinung, dass der Urlaub auch alleine organisiert werden kann. Die Bucher der Pauschalreise jedoch schätzen das Preis-Leistungs-Verhältnis und die kompetente Beratung. Zudem gibt es keine bösen Überraschungen, weil schon feststeht, was den Reisenden im Urlaub erwartet. Daneben läuft die Organisation fast wie von selbst ab.<sup>33</sup>

Wegen des Trends der Individualisierung will sich der Massentourist nicht als solcher bekennen. Daher grenzen sich auch Reiseveranstalter wie die TUI-Premiummarke airtours vom Touristikonzern TUI ab, obwohl diese zusammengehören. Ein weiterer Grund der die traditionellen Pauschalreise verdrängt, ist der Billig-Trend. Verreisen möchte man gerne, nur darf es nichts kosten. Die Qualität soll aber genauso wie im letzten Urlaub oder besser sein.<sup>34</sup> Durch Anbieter von Billigflügen oder Reisen, die im Discounter gebucht werden können, muss der Veranstalter seine Pauschalreise gezielt hervorheben, um seine Kunden binden zu können. Born schlägt deshalb vor eine Reise mit zwei Hauptleistungen in Form eines Dynamic Packaging anzubieten. Damit soll dem Kunden ermöglicht werden, dass er selbst einzelne Reiseaspekte von unterschiedlichen Anbietern auswählen kann und diese dann zu einem Paket mit einem

---

<sup>31</sup> vgl. Lopez Pastorini (2005), S. 1-61

<sup>32</sup> vgl. Dreyer (2005), S.53 f.

<sup>33</sup> ebd., S. 55

<sup>34</sup> ebd., S. 58

Einheitspreis zusammengestellt werden. Durch die eigene Zusammenstellung der Reise wird dem Kunden gezeigt, dass auch eine Pauschalreise individuell gestaltbar ist.<sup>35</sup>

Die oben genannten Arbeiten haben sich bereits mit der Gruppenreise befasst, jedoch weist die vorliegende Arbeit einen Neuigkeitswert auf. In den bisherigen Untersuchungen, wurde analysiert, wie geeignet Studienreisen für Best Ager und wie wichtig Sportvereine für Reiseveranstalter sind. Jedoch wurde noch kein Maßnahmenplan zur Neukundengewinnung und Steigerung des Marktanteils für einen Reiseveranstalter, der auf Klassenfahrten spezialisiert ist, erarbeitet. Somit weist diese Arbeit ein Alleinstellungsmerkmal auf und kann weiterführende Forschungen in Gang setzen.

---

<sup>35</sup> vgl. Dreyer (2005), S.65

## **3. Entwicklung des Tourismus-Marketings in Deutschland**

### **3.1 Definition von Marketing und Tourismus-Marketing**

Marketing hat seinen Ursprung in den USA. Dort wurde zum ersten Mal die Redewendung „to buy or sell on markets“ verwendet. Mit diesen Worten soll ausgedrückt werden, dass die Leistungen der Absatzwirtschaft kontrolliert und verbessert werden sollten.<sup>36</sup> Heutzutage gilt dies auch noch, jedoch ist die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen mehr als nur Gewinn- und Umsatzerzielung. Vielmehr geht es darum, die Produkte nach den Bedürfnissen der Kunden zu gestalten, um dadurch erfolgreich im Wettbewerb zu sein. Die Unternehmen müssen markt- und kundenorientiert handeln. Wird dieser bedeutende Punkt übersehen oder zu spät beachtet, kann es zu starken Umsatzeinbußen kommen.<sup>37</sup>

Anbieter und Unternehmen in der Tourismusbranche müssen spezielle Marketingmaßnahmen durchführen, da es sich vor allem in der Freizeitbranche um Dienstleistungen bzw. immaterielle Güter handelt, die nicht greifbar sind. Eine Reise wird für einen bestimmten Zeitraum gebucht und bedarf an Vorbereitungszeit.<sup>38</sup> Da es sich bei einem Urlaub um ein Produkt handelt, welches es zu erleben gilt, müssen entsprechende Maßnahmen durchgeführt werden, um dieses verkaufen zu können. Die Unternehmen müssen daher genau wissen, was sich die Gäste wünschen. Nur so kann das Unternehmen seine Leistungen gewinnbringend absetzen.<sup>39</sup>

### **3.2 Entwicklungsstufen des Tourismus-Marketings in Deutschland**

Um das Tourismus-Marketing näher kennenzulernen, wird nachfolgend die Entwicklungsgeschichte von den 1980er Jahren bis zum 21. Jahrhundert dargestellt.

---

<sup>36</sup> vgl. Schneider (2013), S. 1

<sup>37</sup> vgl. Dettmer (2011), S. 6

<sup>38</sup> vgl. Freyer (2012), S. 64

<sup>39</sup> vgl. Dettmer (2011), S. 6

In der ersten Phase zu Beginn des Jahres 1980 wurden nur sehr wenige Maßnahmen im Tourismus-Marketing unternommen. Durch die große Nachfrage an Reisen und der Vielfalt bestehender Angebote erlebte die touristische Entwicklung in der BRD einen großen Anstieg. Die Tourismuswirtschaft galt aufgrund des raschen Wachstums als Musterbeispiel. Obwohl immer mehr Anbieter angesichts der starken Nachfrage an den Markt herantraten, konnte trotzdem noch von einem Produzentenmarkt gesprochen werden. Dieser Aufschwung hatte zur Folge, dass touristische Werbemaßnahmen nicht entsprechend erfüllt und entwickelt werden mussten.<sup>40</sup>

Die von 1975 bis 1985 andauernde zweite Phase stand ganz unter dem Zeichen des instrumentellen Tourismus-Marketings. Anfang der 80er Jahre gingen Angebot und Nachfrage zurück. Das Reisevolumen konnte nicht mehr drastisch gesteigert werden. Durch Fachtagungen zu Themen wie Marketing und Marktforschung im Tourismus und Verkaufsförderung wollte man neue Ansätze für die Produktwerbung aufzeigen. Diese Weiterentwicklung wurde aber Ende des Jahrzehnts wieder eingestellt, da sich die Wachstumsrate erneut im Anstieg befand. Diese zweite Stufe kennzeichnet sich werbemäßig durch die Präsenz der Tourismusbetriebe auf Messen und die Prospektgestaltung. Zudem begann man einen Maßnahmenplan für Kurorte aufzustellen und die Infrastruktur auszubauen.

Als 1989 die Wiedervereinigung zwischen West- und Ostdeutschland gefeiert wurde, stieg die Anzahl der Reisen enorm. Die Menschen der neuen Bundesländer wollten den westlichen Teil Deutschlands und Europa erkunden und umgekehrt. Durch den starken Anstieg der Reiseintensität wurde die Maßnahmenentwicklung zum wiederholten Male aufgeschoben.<sup>41</sup>

Auf eine zunehmend stabile Nachfrage und der Angebotsauswahl der neuen Bundesländer folgte eine rückläufige Tendenz des Aus- und Inlandstourismus.

Dadurch mussten besondere Maßnahmen im Tourismusmarketing entwickelt werden. Neben den Vorkehrungen zur Gewinnerzielung sollten auch gesellschaftliche und ökologische Werte beachtet werden. Die Reiseanbieter waren gezwungen die Reisewünsche und -bedürfnisse ihrer Kunden zu erforschen. Darüber hinaus war es bedeutend, alle Teilgebiete des Marketings (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) genau zu erarbeiten und klar zu definieren, um somit eine Strategie aufstellen zu können.

---

<sup>40</sup> vgl. Freyer (2011), S. 49 ff.

<sup>41</sup> ebd., S.49 ff.

Mit der Einführung des Internets und neuester Technologien im 21. Jahrhundert, wurden viele neue Werbeformen, wie z.B. das Online- und Netzwerk- oder virtuelle Marketing eingeführt. Darüber hinaus bildeten sich auch neue Organisationsformen wie Kooperationen, Netzwerke und integrierte Konzerne.

Das Tourismus-Marketing hat bis heute einen hohen Stellenwert und wird ständig weiterentwickelt. Für touristische Unternehmen ist es notwendig entsprechende Maßnahmen zur Vermarktung ihrer Dienstleistungen durchzuführen, um wirtschaftlich erfolgreich zu sein.<sup>42</sup>

### 3.3. Der Marketing-Mix

Der Marketing-Mix besteht nach McCarthy aus den 4 P's: product, price, promotion, place.<sup>43</sup> Jeder der vier Bereiche kann dabei stärker oder schwächer ausgeprägt sein. Während der Planung von Marketingaktionen ist es erforderlich alle Bestandteile des Mixes zu berücksichtigen. Nur durch das Zusammenspiel dieser können die Werbemaßnahmen eine Beeinflussung beim Kunden auslösen. Daher wird, wenn von der Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik die Rede ist allgemein der Begriff Marketing-Mix verwendet.<sup>44</sup>

Die Aufgabe der Produktpolitik (product) ist es, das Produkt so zu gestalten, dass es für den jeweiligen Zielmarkt passend ist und der Kunde das Bedürfnis hat es zu erwerben. Die Produktpolitik spielt dabei eine wesentliche Rolle. Nur durch eine richtige Produktgestaltung kann der erwünschte Umsatz und Gewinn erzielt werden.<sup>45</sup> Touristisch gesehen muss ein Touristikunternehmen beispielsweise seine Reiseprogramme an die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden anpassen, um eine hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen. Dies kann durch die bildliche und visuelle Darstellung eines Angebotes erfolgen, welches auf den Verbraucher ansprechend wirkt und zur Buchung anregen soll.<sup>46</sup>

---

<sup>42</sup> ebd., S. 49 ff.

<sup>43</sup> vgl. Hesse/Neu/Theuner (2007), S. 147

<sup>44</sup> ebd., S. 148

<sup>45</sup> ebd., S. 148

<sup>46</sup> vgl. Gerke (2006), S. 17 ff.



Die Preispolitik legt das Preis-Leistungsverhältnis des Produktes fest. Es wird entschieden welcher Preis für die Produktleistung geeignet ist. Dabei kann die Hoch- oder Niedrigpreisstrategie verfolgt werden. Ein qualitativ hochwertiges Produkt, um welches sich der Endverbraucher informieren muss und zusätzlich eine fachliche Beratung in Anspruch nimmt, wird meist im höheren Preisrahmen angesiedelt. Daneben werden Massenprodukte, die einen geringeren Informationsbedarf haben mit dem Niedrigpreisverfahren verkauft.<sup>47</sup> Im Tourismus kann die Preisbildung z.B. anhand der Zielgruppe erfolgen. Möchte man junge Erwachsene und Jugendliche erreichen, wird der Budgetrahmen anders ausgelegt als bei 40-50 Jährigen oder Senioren.

Daneben wird der Preis durch die Nachfrage bestimmt. Tourismusunternehmen müssen auf die Auslastung der Reiseprogramme achten. Gibt es beispielsweise noch Lücken für die Nebensaison zu füllen, wird man versuchen, diese Termine verstärkt zu einem günstigeren Preis anzubieten.<sup>48</sup>

Über welche Wege das Produkt zum Endverbraucher gelangt, wird in der Distributionspolitik entschieden. Dies kann durch den direkten oder indirekten Vertriebsweg geschehen. Der direkte Weg wird meist für sehr informative Produkte verwendet und kann unter anderem am POS oder über den betriebseigenen Internetshop erfolgen. Bei der indirekten Variante treten Handelsbetriebe wie der Einzel- oder Großhandel zwischen dem Erzeuger und Endverbraucher auf. Diese Art wird ausgewählt, wenn das Produkt an eine breite Masse gerichtet ist. Beispielsweise an Kunden in ganz Deutschland oder an eine Zielgruppe, die sich über weit auseinander liegenden Regionen verstreut.<sup>49</sup>

Im Tourismus kann dies entweder über den Reiseveranstalter oder durch ein Reisebüro geschehen. Je direkter der Absatzweg hierbei ist, umso mehr Gestaltungsfreiräume hat der Anbieter selbst und kann gezielt auf den Verbraucher einwirken.<sup>50</sup>

Hauptaufgabe der Kommunikationspolitik ist die Verkaufsförderung. Dieser Teilbereich des Marketing-Mix‘ informiert den Kunden über das entsprechende Produkt und wirkt beeinflussend auf den Konsumenten. Durch Öffentlichkeitsarbeit und weitere Werbe-

---

<sup>47</sup> vgl. Hesse/Neu/Theuner (2007), S. 187 f.

<sup>48</sup> vgl. Gerke (2006), S. 23 f.

<sup>49</sup> vgl. Hesse/Neu/Theuner (2007), S. 223 ff.

<sup>50</sup> vgl. Gerke (2006), S. 20ff.

maßnahmen wird der Endverbraucher darauf aufmerksam. Es darf nicht außer Acht gelassen werden, dass dabei Preis-, Produktions- und Distributionspolitik nach außen vermittelt werden müssen. Ohne diese drei Bereiche weiß der Kunde nicht wo und zu welchem Preis er das Produkt erwerben kann.<sup>51</sup>

Um passende Marketingmaßnahmen zu ergreifen muss gut überlegt werden, welchen der vier Bereiche man sich stärker zuwendet. Um eine Beeinflussung und Kaufabsicht beim Kunden zu bewirken, müssen die Komponenten aufeinander abgestimmt sein.

### **3.4 Erarbeitung der Reisemotive von Gruppenreisenden**

Die Produktgestaltung der Reiseanbieter muss gut überlegt sein. Tourismusunternehmen müssen sich daher mit den Bedürfnissen und Wünschen ihrer Kunden beschäftigen. Nur wer weiß, welche Beweggründe hinter der Reiseentscheidung stecken, kann seine Angebote dementsprechend ausrichten. Dabei spielen ständig Reisemotive und Reisetrends eine wichtige Rolle.

Als Reisemotive werden die einzelnen Beweggründe eines jeden Menschen bezeichnet, die für das Reisen verantwortlich sind. Diese können ganz unterschiedlich ausfallen. Die Reisenden haben Bedürfnisse und Erwartungen, die sie sich gerne in ihrem Urlaub erfüllen möchten. Diese Vorstellungen werden nicht nur durch den Einzelnen selbst, sondern auch durch dessen Umfeld beeinflusst.<sup>52</sup>

Gründer der Gruppenreise war der Geschäftsmann Thomas Cook. Er veranstaltete 1841 eine Fahrt für 570 Personen mit einem Sonderzug von Leicester nach Loughborough. Cook ging bei seinen Reisen speziell auf das Kleinbürgertum ein, welches durch die Industrialisierung zunehmend an Wohlstand gewann. Durch faire Preise ermöglichte man den Bürgern das Verreisen. Daneben nahmen aber auch der Kaiser Wilhelm II. und Fürsten aus Indien seine Dienstleistungen in Anspruch. Thomas Cook

---

<sup>51</sup> ebd., S. 25 f.

<sup>52</sup> vgl. Hahn (1993), S. 199

organisierte auch die ersten Jugendreisen, da ihm die Bildung Jugendlicher sehr wichtig war.<sup>53</sup>

Das Motiv der Erholung steht für viele an erster Stelle. Die Reisenden wollen den Alltagsstress und die Arbeit hinter sich lassen. Die alltäglichen Pflichten wollen viele im Urlaub vergessen und sich dafür verwöhnen lassen.<sup>54</sup>

Beim Antritt einer Gruppenreise ist mit Sicherheit das Motiv der Erholung und Entspannung ein wichtiger Faktor, jedoch gibt es durchaus weitere Reisegründe, denen der Reisende mehr Bedeutung zuspricht.

Es existieren zwar viele unterschiedliche Arten der Gruppenreise, jedoch gibt es für alle Typen einige gemeinsame Motive.

Viele schließen sich einer Gruppe an, um neue Menschen kennenzulernen und um Kontakte zu knüpfen. Einige der Teilnehmer reisen alleine, da sie keine Begleitung finden konnten, keiner im Bekanntenkreis verreisen wollte oder sie gerne alleine unterwegs sind. Besonders Jugendliche und junge Erwachsene erhoffen sich Flirts und Bekanntschaften während des Urlaubs.<sup>55</sup> Durch den Anschluss an die Gruppe wird auch das Gemeinschaftsgefühl von Tag zu Tag verstärkt, sodass man am Ende feststellt, dass das Miteinander während der Reise gut funktioniert hat. Geschlossene Gruppen legen großen Wert auf das Gemeinschaftserlebnis. Sie kennen sich bereits durch Freunde, Familie oder etwa durch den Sportverein und wollen ihre freie Zeit zusammen verbringen. Dadurch wird das Wir-Gefühl nur noch mehr bestätigt.<sup>56</sup>

Der Kultur- und Bildungsaspekt ist daneben für viele Reisende ein wichtiger Grund in der Gruppe zu verreisen. Man möchte fremde Kulturen und Land und Leute kennenlernen. Während einer Gesellschaftsreise ist diese Situation durchaus gegeben, da in kürzester Zeit viele Sehenswürdigkeiten besichtigt werden und man nebenbei den Lebensstil der Bevölkerung persönlich miterleben kann.<sup>57</sup>

Der Wunsch nach Abenteuern ist ein weiteres Motiv. Das Abenteuer beginnt schon am ersten Reisetag, wenn das gegenseitige Kennenlernen bevorsteht. Mit dieser Gruppe einige Zeit zusammen zu sein und das Land zu erkunden, stellt ein besonderes Highlight für die meisten dar.<sup>58</sup>

---

<sup>53</sup> vgl. Opaschowski (2002), S. 48 f.

<sup>54</sup> ebd., S. 91

<sup>55</sup> ebd., S. 94

<sup>56</sup> [www.soziologie.soz.uni-linz.ac.at](http://www.soziologie.soz.uni-linz.ac.at), Zugriff v. 09.06.2014

<sup>57</sup> vgl. Hahn (1993), S. 355

<sup>58</sup> ebd., S. 342

Für ältere Generationen ist der Sicherheitsaspekt ein Grund eine Gesellschaftsreise anzutreten. Ein Reiseleiter steht als Ansprechpartner zur Verfügung. Dieser begleitet die Gruppe während der gesamten Reise zu den wichtigsten Aussichtspunkten und kennt sich vor Ort bestens aus. Dadurch stellt sich ein Gefühl der Geborgenheit und des Wohlfühlens bei den Urlaubern ein. Außerdem kann der Veranstalter, bei dem die Reise gebucht wurde, bei gesundheitlichen oder allgemeinen Problemen während der Reise hinzugezogen werden.<sup>59</sup>

Neben diesen Motiven gibt es weitaus mehrere, jedoch stellen diese die Hauptmotive für die Entscheidung einer Gruppenreise dar. Es kommt immer darauf an, was jeder Einzelne für wichtiger empfindet.

Bei der Produktgestaltung sollte neben den Reisetrends auch auf das Preis-Leistungsverhältnis und die optische Darstellung geachtet werden.

---

<sup>59</sup> [www.50plus.at](http://www.50plus.at), Zugriff v. 09.06.2014

## 4. Darstellung verschiedener Kaufentscheidungs-typen

Wo kann ich das entsprechende Produkt erwerben? Welche Alternativen gibt es? Welche Informationen benötige ich zum Kauf? Wie hoch ist der Preis?

Diese Fragen beschäftigen den Kunden und spielen beim Kaufentscheidungsprozess eine bedeutende Rolle.

Dieser Prozess kann den Kunden vor eine Herausforderung stellen. Dabei kommt es immer darauf an, welches Produkt gekauft wird. Zudem ist es essenziell die Vorgänge während eines Kaufes genau zu kennen, um somit Rückschlüsse auf das Käuferverhalten ziehen zu können.

Nachfolgend werden vier verschiedene Arten der Kaufentscheidung aufgeführt.

### 4.1 Habitualisierte Kaufentscheidung

Habitualisierte Käufe werden als Gewohnheitskäufe bezeichnet und gelten für Lebensmittel und Artikel des täglichen Bedarfs.

Beim ersten Erwerb des Produktes geht ein Entscheidungsprozess voraus, wohingegen ab dem zweiten Kauf direkt zum Produkt gegriffen wird, sofern eine positive Erfahrung gemacht wurde. Die kognitive Steuerung, also die Informationssuche zur Ware, ist nur schwach ausgeprägt.

Um Fehlkäufe und Risiken zu vermeiden, wählt der Verbraucher das Produkt, mit dem er bereits vertraut und zufrieden ist.<sup>60</sup>

### 4.2 Impulsive Kaufentscheidung

Bei impulsiven Entscheidungen werden Artikel spontan gekauft. Diese sind zwar nicht unbedingt notwendig, erhöhen aber nach Sicht des Verbrauchers dessen Lebensstil. Diese Art des Kaufes tritt situationsbedingt ein, wenn man beispielsweise Lust auf Schokolade hat oder man sich direkt am Ort des Einkaufsgeschehens, dem Point of Sale (POS), befindet. Durch die Produktreize kommt es zum Kauf.

---

<sup>60</sup> vgl. Pepels (2013), S. 16

Die impulsive Entscheidung lässt sich noch weiter untergliedern. Der reine Impulsivkauf wird ausschließlich durch vom Produkt ausgehende Reize gesteuert und ist ungeplant. Impulsive Erinnerungskäufe entstehen, wenn beim Verbraucher ein intuitives Verlangen nach einer bestimmten Ware aktiviert wird.

Suggestive Käufe werden direkt beim Erstkontakt mit dem Produkt getätigt. Hat man eine bestimmte Produktgruppe im Visier und soll diese noch in einem entsprechendem Preisrahmen liegen, spricht man von einem geplanten Impulsivkauf.<sup>61</sup>

### 4.3 Limitierte Kaufentscheidung

Limitierte Käufe haben für den Verbraucher zwar eine hohe Bedeutung, jedoch wird nicht auf die Neuwertigkeit der Ware geachtet. Durch vorangegangene Erfahrungen wird die Wahl des Produktes erleichtert. Der Käufer weiß, welchen Artikel er haben möchte und muss sich nur noch zwischen der Auswahl im Geschäft entscheiden. Bei diesem Vorgang wird im Gehirn der bereits abgespeicherte Kaufprozess nochmals abgerufen. Dadurch läuft die Handlung automatisch und verkürzt ab.<sup>62</sup>

### 4.4 Extensive Kaufentscheidung

Der Haus- oder Autokauf zählen zu den extensiven Kaufentscheidungen. Für den Kunden hat dieser Prozess eine große Bedeutung und ebenso Neuartigkeit, da sich z.B. die Auswahl und Entscheidung eines geeigneten PKW's über einen längeren Zeitraum erstreckt. Der Verbraucher beschäftigt sich sehr intensiv mit verschiedenen Automobilen und holt alle relevanten Informationen ein, die er benötigt. Auch schaut er sich nach Alternativen um und vergleicht diese hinsichtlich ihrer Leistung, der Ausstattung und/oder des Preises. Die tatsächliche Kaufabsicht wird erst während der Entscheidungsfindung deutlich. Diese Käufe haben einen hohen persönlichen Stellenwert für den Kunden, weil es hauptsächlich Käufe sind, die das erste Mal stattfinden.<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup> vgl. Pepels (2013), S. 16 f.

<sup>62</sup> ebd., S. 17 f.

<sup>63</sup> ebd., S. 18

## **5. Untersuchung des Buchungsverhaltens der Zielgruppe Gruppereisender unter besonderer Betrachtung des Schulklassenmarktes**

Nach der Behandlung der Theorie erfolgt nun die Auswertung der empirischen Untersuchungen. Zunächst wird die Umfrage ausgewertet. Dabei werden die Methodik und das Untersuchungsdesign vorgestellt und abschließend die Ergebnisse reflektiert. Dasselbe erfolgt bei den Leitfadeninterviews.

### **5.1 Analyse und Auswertung der Umfrage**

#### **5.1.1 Erläuterung der Methodik**

Zunächst muss der Untersuchungsgegenstand erfasst werden. In der Umfrage wurden spezielle Fragen zum Thema Buchungsverhalten des Schulklassenmarktes erstellt. Dabei wurde das Klumpenauswahlverfahren angewendet. Koch (2012, 24) behauptet: „Klumpen können sein: Betriebe, Haushalte, Vereine, Behörden usw.“<sup>64</sup> Bei dieser Befragung bilden Gymnasien, Realschulen, Haupt- bzw. Mittelschulen und Berufsschulen in Ober- und Niederbayern die Erhebungseinheit. Daneben wurde auch eine besondere Vorgehensweise, nämlich das Flächenstichprobenverfahren, berücksichtigt. Dabei werden die Klumpen geografisch festgelegt.<sup>65</sup>

In diesem Falle sind es zwei Regierungsbezirke des Bundeslandes Bayern. Beide Bezirke wurden ausgewählt, da die Buchungszahl dieser Kunden bei alpetour im Vergleich zu anderen Bundesländern nur mäßig hoch ist.

Diese Verfahrensmethode wurde gewählt, da sie sehr benutzerfreundlich ist und eine Grundgesamtheit nicht komplett bestehen muss.<sup>66</sup>

Die Befragung wurde als Email-Umfrage über das Befragungs-Tool der Internetseite [www.umfrageonline.com](http://www.umfrageonline.com) durchgeführt. Eine E-Mail-Befragung zeichnet sich dadurch

---

<sup>64</sup> Koch 2012, 24

<sup>65</sup> vgl. Koch (2012), S. 24

<sup>66</sup> ebd., S. 24 f.

aus, dass der Fragebogen mittels E-Mail an verschiedene Adressen gesendet wird. Da es kein allgemeines E-Mail-Verzeichnis gibt, müssen die Adressen entweder schon vorliegen oder z.B. durch Newsletter, Banner oder Telefon-Screening gesammelt werden.<sup>67</sup>

Dem Verfasser stand eine Übersicht aller Schulen von Ober- und Niederbayern zur Verfügung, die mit Hilfe der Datenbank des Reiseveranstalters alpetour ausgewertet wurde. In dieser Adressensammlung waren oftmals nur einzelne Daten eingetragen. Bei vielen fehlte eine Telefonnummer oder die E-Mail-Adresse. Daher ging man davon aus, dass diese Schulen ihre Klassenfahrt noch nicht über alpetour gebucht haben. Da keine Kontaktdaten vorhanden waren, wurden 200 Bildungseinrichtungen angerufen. Jeweils die eine Hälfte aus Oberbayern, die andere aus Niederbayern. Somit konnte gewährleistet werden, dass sich beide Regierungsbezirke gleichermaßen an der Umfrage beteiligen und mindestens ein Fragebogen pro Schule ausgefüllt wird. Zusätzlich wurde die Befragung an die vorhandenen E-Mail-Adressen mit der Bitte um Weiterleitung an die Lehrkräfte geschickt. Die meisten Schulen erklärten sich dafür bereit und leiteten die Umfrage an das Kollegium weiter.<sup>68</sup> Insgesamt ging die Befragung an 330 Adressen. An dieser nahmen letztendlich 98 Personen teil. Die Befragung kann daher auch nicht als repräsentativ angesehen werden, da der Stichprobenumfang mit  $n=98$  zu gering ist und eine Befragung über das Internet keine Repräsentanz gewährleisten kann. Dafür müsste jedes Element der Erhebung, sprich jede Lehrkraft des Bezirkes Ober- oder Niederbayern dieselbe Möglichkeit haben in die Stichprobe zu gelangen.<sup>69</sup> Dies ist jedoch unmöglich, da die Umfrage nicht an jeder Schule weitergeleitet wurde und zudem auch ein paar Absagen kamen. Jedoch sind die Ergebnisse entscheidend für die Erarbeitung eines Maßnahmenplans und wichtiger Bestandteil dieser Arbeit.

---

<sup>67</sup> ebd., S. 57

<sup>68</sup> Der Umfragebogen und dessen Auswertung befinden sich im Anhang S.63 ff.

<sup>69</sup> vgl. Koch (2012), S. 57



## 5.1.2 Darstellung des Untersuchungsdesigns

Nachdem die Methodik und Vorgehensweise erklärt wurde, wird nun das Design der Umfrage aufgezeigt.

Die Umfrage wurde mit Hilfe einer Mindmap erarbeitet. Der Fragebogen besteht aus insgesamt 30 Fragen, wobei die letzten vier allgemeine Informationen zur Person abfragten. Die Fragen eins bis vierzehn dienen als Kontakt- und Eisbrecherfragen. Mit dieser Fragemethode wurden die Teilnehmer mit dem Thema vertraut gemacht und hatten zu Beginn leicht und schnell zu beantwortende Fragen.<sup>70</sup> Es handelte sich hierbei um allgemeine Aspekte zum Thema Klassenfahrten.

Die Fragen fünfzehn bis zwanzig beschäftigen sich mit dem genauen Buchungsverhalten bei Klassenfahrten. Dabei wurde abgefragt, ob die Organisation selbstständig oder über ein Reisebüro oder einen Reiseveranstalter erfolgt. Diese Fragen werden als Sachfragen bezeichnet, da sie sich mit der eigentlichen Untersuchungsfrage auseinandersetzen.<sup>71</sup>

Ebenso zu dieser Frageform zählen die letzten Fragen. Dabei wird näher auf den Budgetrahmen einer Klassenfahrt eingegangen und eine finanzielle Unterstützung durch Fördervereine oder ähnlichen Institutionen abgefragt.

Zum Ende hin, wurde noch um ein paar persönliche Angaben gebeten. Somit kann sich der Befragte zu Beginn auf die Thematik einstellen und muss am Ende nur noch seine eigenen Daten angeben.<sup>72</sup>

Neben der Einteilung des Befragungsbogens ist auch die Auswahl der Fragen entscheidend. Allgemein können zwei Fragemethoden unterschieden werden: geschlossene und offene Fragen. Charakteristisch bei geschlossenen Fragen sind die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten. Der Befragte muss sich zwischen diesen entscheiden und kann keine Meinung zur Thematik äußern. Man kann dabei Alternativ- bzw. Ja-Nein-Fragen, Multiple Choice Fragen oder auch direkte Fragen anwenden.<sup>73</sup>

---

<sup>70</sup> ebd., S. 61

<sup>71</sup> ebd., S. 61

<sup>72</sup> ebd., S. 61

<sup>73</sup> ebd., S. 60

Bei offenen Fragen kann die eigene Ansicht zum Ausdruck kommen, weil keine Antworten vorgegeben sind.<sup>74</sup>

Damit ein längerer Fragebogen für den Teilnehmer nicht ermüdend wirkt, ist es am besten zunächst mehr allgemeine Fragen zu stellen. Anschließend kann zur Forschungsfrage übergeleitet werden. Damit auch Platz für die eigene Meinung vorhanden ist, wurden Optionsfelder in die Umfrage eingebaut und ebenso offene Fragen gestellt.<sup>75</sup> Zudem wurden Bewertungstabellen, sogenannte monopolare Skalen mit verbaler Umschreibung aller Antwortstufen, verwendet. Dabei wird beispielsweise die Wichtigkeit für jede Einzelperson zu bestimmten Sachverhalten abgefragt. Die Antwortstufen können lauten: sehr wichtig, wichtig, weniger wichtig, nicht wichtig.<sup>76</sup>

### **5.1.3 Kritische Reflexion der Ergebnisse**

Nach der Beschreibung der Methodik sowie des Untersuchungsdesigns werden in diesem Kapitel die Ergebnisse der Umfrage reflektiert.

Die Anzahl der weiblichen Teilnehmer überwiegt mit 57% dem Anteil der männlichen mit 43%. Das Durchschnittsalter aller Befragten beträgt 46 Jahre, wobei der jüngste Partizipant 27 Jahre und der älteste 62 Jahre alt ist. Die meisten Lehrkräfte stammen aus den oberbayerischen Landkreisen Mühldorf, Altötting und München und aus den niederbayerischen Landkreisen Rottal-Inn, Straubing und Straubing-Bogen.

---

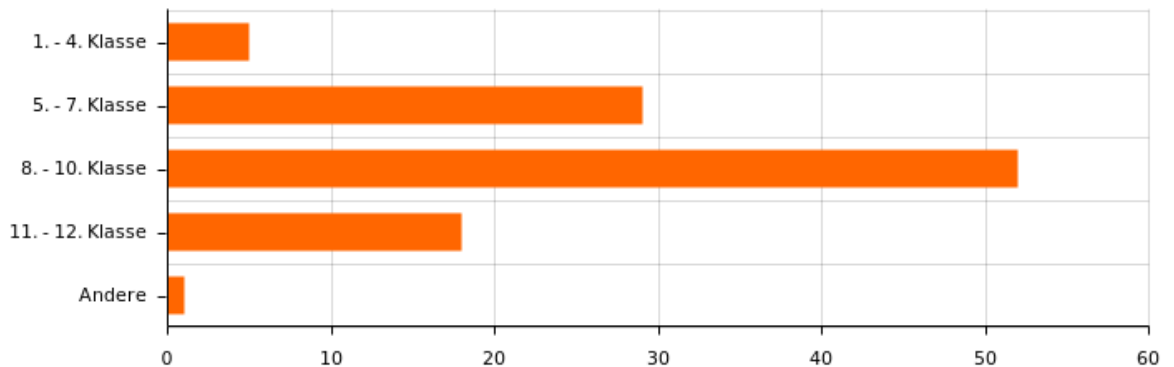
<sup>74</sup> ebd., S. 60

<sup>75</sup> ebd., S. 61

<sup>76</sup> ebd., S. 62 f.

### 5.1.3.1 Auswertung allgemeiner Angaben zur Klassenfahrt

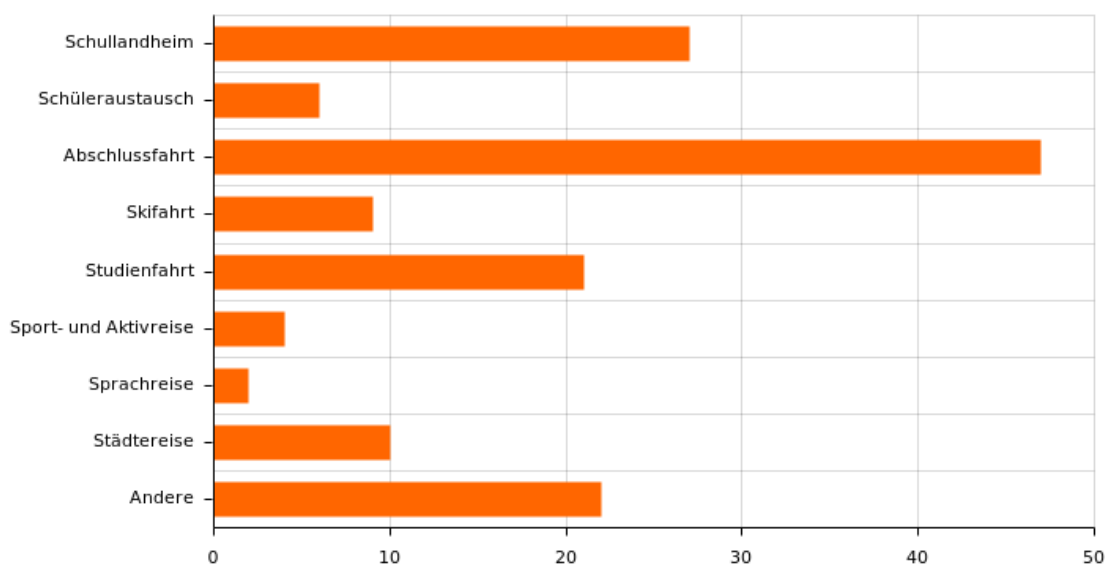
**Abbildung 1: Für welche Klassenstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert? (x=Anzahl der Teilnehmer)**



Quelle: eigene Darstellung

Die letzten Klassenfahrten, wurden von 53% in der achten bis zehnten Klasse durchgeführt, gefolgt von etwa einem Drittel in der fünften bis siebten Klasse und der Oberstufe (Jahrgangsstufen elf und zwölf). In den Klassenstufen eins bis vier werden sehr wenige Fahrten organisiert. Die Organisation übernimmt bei 83% der jeweilige Klassenlehrer. Daneben wurde angegeben, dass Austauschprogramme oder das Skilager von fachbezogenen Lehrern geplant werden.

**Abbildung 2: Welche Art von Klassenfahrt haben Sie durchgeführt? (Mehrfachantworten möglich, x=Anzahl der Teilnehmer)**



Quelle: eigene Darstellung

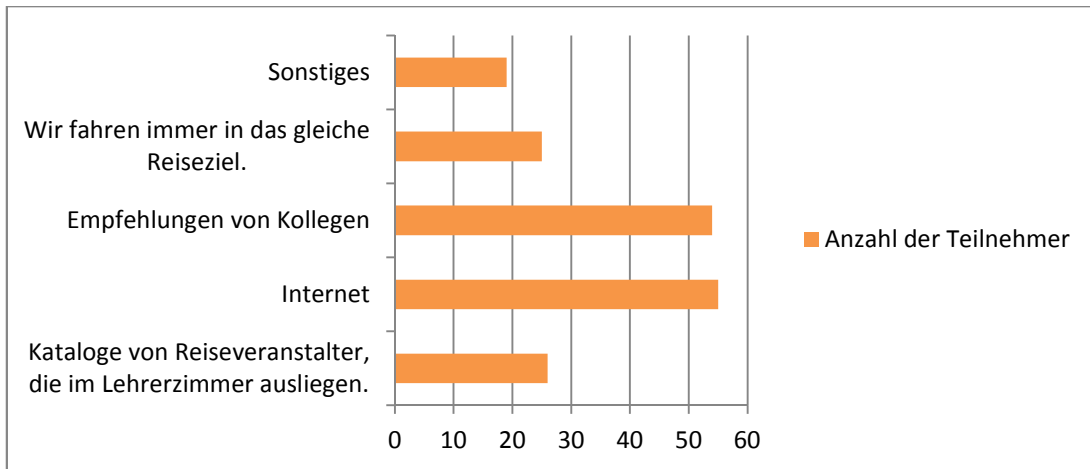
Am häufigsten mit 48,5% wurde eine Abschlussfahrt geplant. An zweiter Stelle liegt das Schullandheim mit 21,6%. Eine Skifahrt beispielsweise wird nur von 9,3% der Befragten geplant. Sightseeing und kulturelle Highlights, Ausflüge in nicht allzu weit entfernte Städte sowie Hafenrundfahrten oder Freizeitparks stehen auf der Programmliste der Reise. 58 Teilnehmer verreisen dabei im Inland. Die beliebtesten und meist genannten Ziele sind Berlin, Hamburg und Bayern. Die häufigsten bayerischen Zielorte sind Prien am Chiemsee, Lenggries am Tegernsee oder der Bayerische Wald. Der Rest von 40 Lehrkräften ist mit seiner Klasse ins Ausland verreist. Begehrte Ziele davon sind Rimini, Rom, Südtirol, Wien, Prag, Barcelona und Frankreich. Ein Teilnehmer gab sogar an eine Fahrt nach Mauritius durchgeführt zu haben.

Im Durchschnitt hatten die Gruppen einen Aufenthalt von fünf Tagen bevor es wieder in Richtung Heimat ging. Die kürzeste Fahrt dauerte laut der Befragten höchstens zwei Tage, die längste Fahrt 23 Tage. Von diesen fünf Tagen waren rund 4,6 Schultage betroffen. Daraus lässt sich schließen, dass die Mehrheit der Reisen nur an Schultagen durchgeführt wird, wobei es hier auch zu Ausnahmen kommen kann. Einige der Teilnehmer gaben auch an, nur die Hälfte der Tagesanzahl waren Schultage. Diese wollten womöglich nicht zu lange vom Unterricht fern bleiben. Das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel ist der Bus (76%). Eine Bahnreise wählen 27% der Befragten. Zudem werden die schon vorhanden öffentlichen Verkehrsmittel des Heimatortes genutzt und Angebote der Bahn, wie zum Beispiel das Quer-durchs-Land-Ticket.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> Die Auswertung der Fragen 4 und 5 befindet sich im Anhang, S. 70

**Abbildung 3: Welche Informationsquellen nutzen Sie um sich über mögliche Reiseziele zu informieren? (Mehrfachantworten möglich)**

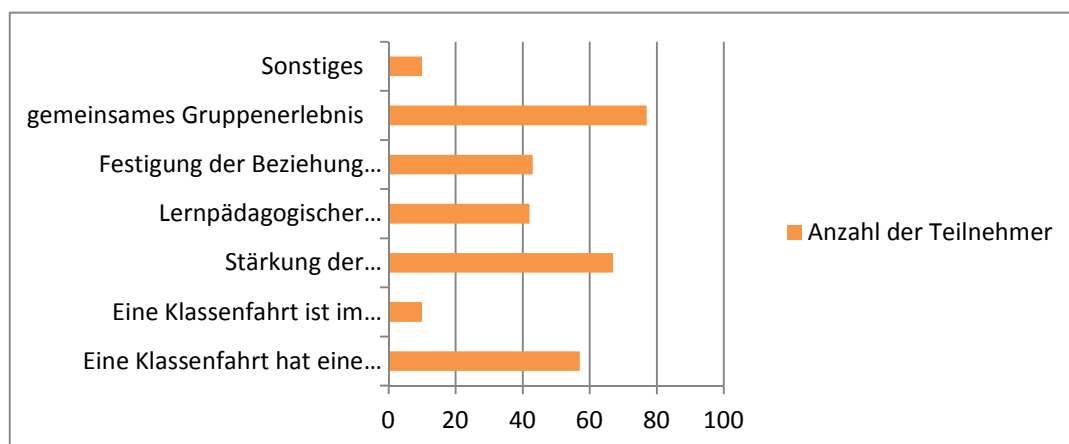


Quelle: eigene Darstellung

Eine gezielte Informationssuche zu Unterkünften, Zielgebieten und Aktivitäten für eine Klassenfahrt erfolgt über das Internet. 58% nutzen dieses Medium. Daneben wählen 57% ihr Reiseziel nach Empfehlungen von Kollegen aus. Kataloge von Reiseveranstaltern die im Lehrerzimmer ausliegen werden von knapp einem Drittel genutzt. Ein paar Teilnehmer gaben im Optionsfeld an, dass sie sich Angebote von Busunternehmen einholen und Flyer von Jugendherbergen zur Entscheidung des Reiseziels nutzen.

### 5.1.3.2 Reisemotive für eine Klassenfahrt

**Abbildung 4: Warum führen Sie eine Klassenfahrt durch? (Mehrfachantworten möglich)**



Quelle: eigene Darstellung

Mehr als 80% geben als Grund für eine Klassenfahrt das gemeinsame Gruppenerlebnis an. Der lernpädagogische Hintergrund gilt nicht als Hauptgrund einer Schulfahrt. Neben dem gemeinsamen Erlebnis ist für 71% die Stärkung der Klassengemeinschaft mit am wichtigsten. 60% der Befragten gaben ebenso an, dass eine Klassenfahrt eine lange Tradition an der Schule hat.

### 5.1.3.3 Planungsprozess und Buchung

**Abbildung 5: Wer trifft die Entscheidung über folgende Faktoren?**  
(Zahlenangabe=Anzahl der Teilnehmer)

	Schulforum	Schulleiter	Lehrer	Schüler	Eltern
Erlaubnis für eine Schulfahrt	10	79	5	0	0
Festlegung des Reiseziels	2	4	73	13	0
Festlegung des Reisetermins	1	31	62	0	0
Budget	10	13	57	3	10
Art der Fahrt (z.B. Skifahrt, Sprachreise)	9	16	64	2	1

*Quelle: eigene Darstellung*

Die Mehrheit der Lehrer muss vom Schulleiter die Erlaubnis einer Fahrt einholen. Daneben entscheidet dieser auch noch über den Reisetermin. Der Lehrer trifft bei der Festlegung des Reisetermins, des Reiseziels, des Budgets und der Art der Fahrt die Entscheidung. Auch werden Schüler bezüglich des Zieles gefragt und Eltern in die Budgetplanung einbezogen.

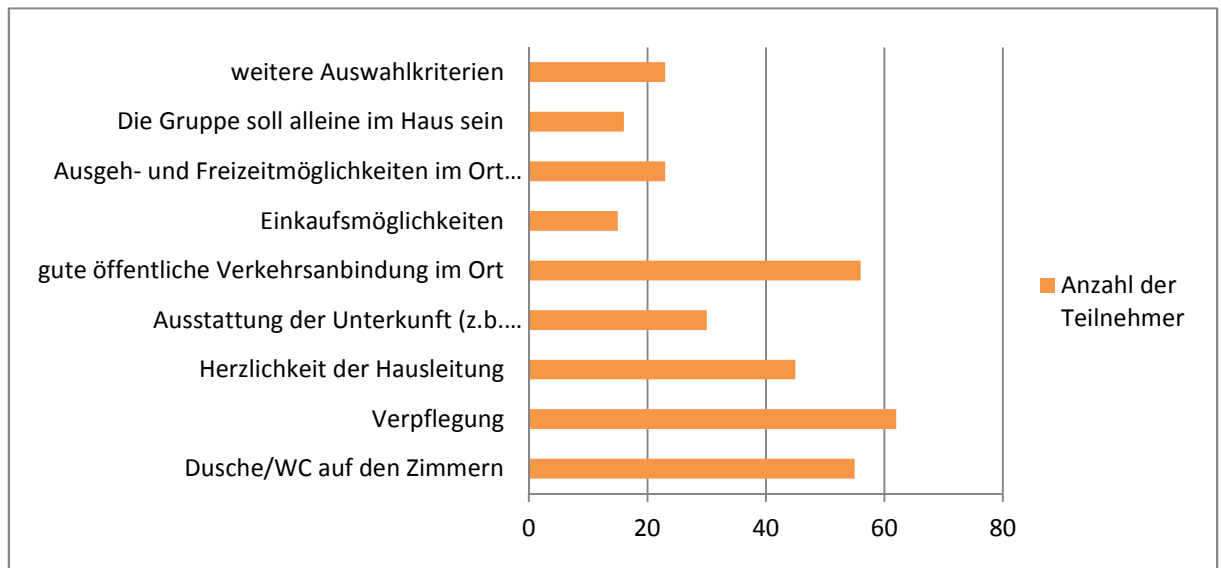
**Abbildung 6: Wie sehr stimmen Sie folgenden Aussagen zu? (Zahlenangabe=Anzahl der Teilnehmer)**

	stimme sehr zu	stimme zu	stimme weniger zu	stimme nicht zu
Die Höhe des Reisepreises spielt eine bedeutende Rolle	53	40	1	1
Da ich Sprachen/Sport etc. unterrichte, sollen die Fahrt und der Zielort auch danach ausgerichtet werden.	18	24	35	14
Die Auswahl der Aktivitäten vor Ort ist mir besonders wichtig.	52	39	3	1
Der Anreiseweg vom Heimatort zum Zielgebiet sollte möglichst kurz sein.	9	37	35	12
Da ich im Zielgebiet selbst schon vor Ort war, möchte ich auch mit meiner Gruppe dorthin fahren.	17	30	31	14
Das Reiseziel steht für mich von Anfang an fest und lässt sich auch nicht mehr ändern.	10	40	14	31

*Quelle: eigene Darstellung*

Mehr als die Hälfte der Lehrer stimmen der Aussage „Die Höhe des Reisepreises spielt eine bedeutende Rolle.“ sehr zu. Einer Fahrt ausgelegt auf die eigenen unterrichteten Fächer stimmen 38% weniger zu. Daraus lässt sich folgern, dass die Klassenfahrt mehr auf den Motiven Gemeinschaft und Gruppenerlebnis basiert und weniger mit dem Unterrichtsfach zu tun hat. Jedoch ist wieder mehr als der Hälfte (56%) die Auswahl der Aktivitäten besonders wichtig. 39% der Befragten stimmten der Aussage, dass der Anreiseweg vom Heimatort zum Zielgebiet möglichst kurz sein sollte, zu, wohingegen fast genauso viele dem weniger zustimmten. Ebenso stimmen 42% der Teilnehmer weniger zu, dass das Reiseziel von Anfang an feststeht. War man schon einmal vor Ort, muss es nicht unbedingt sein, dass auch die Schüler in dasselbe Ziel fahren. Man kann sagen, dass der Reisepreis und die Aktivitätenauswahl vor Ort den Lehrkräften besonders wichtig sind, wohingegen das Reiseziel unabhängig von den Unterrichtsfächern gewählt wird.

**Abbildung 7: Was ist Ihnen bei der Auswahl der Unterkunft wichtig? (Mehrfachantworten möglich)**



Quelle: eigene Darstellung

Die Wahl der Unterkunft hat ebenso eine wichtige Bedeutung. Für zwei Drittel ist die Verpflegung besonders wichtig, gefolgt von einer guten öffentlichen Verkehrsanbindung und Dusche/WC auf den Zimmern. Nur ein geringer Anteil der Befragten möchte alleine im Haus sein. Es stört somit keineswegs, wenn eine weitere Gruppe in der Unterkunft übernachtet. Weitere Punkte die den Befragten wichtig sind, sind die Sauberkeit auf den Zimmern, ein attraktives Kulturangebot in zentraler Lage sowie ein gutes Preis-Leistungsverhältnis.

Die Planung der Fahrt nimmt knapp die Hälfte der Befragten 7-12 Monate im Voraus auf. 36% planen 4-6 Monate vorher, jedoch wurde angegeben, dass die Planungsdauer von der Art der Fahrt abhängig ist. Bei einer Fahrt von drei Tagen plant man kurzfristiger als bei einer Abschluss- oder Studienfahrt.<sup>78</sup>

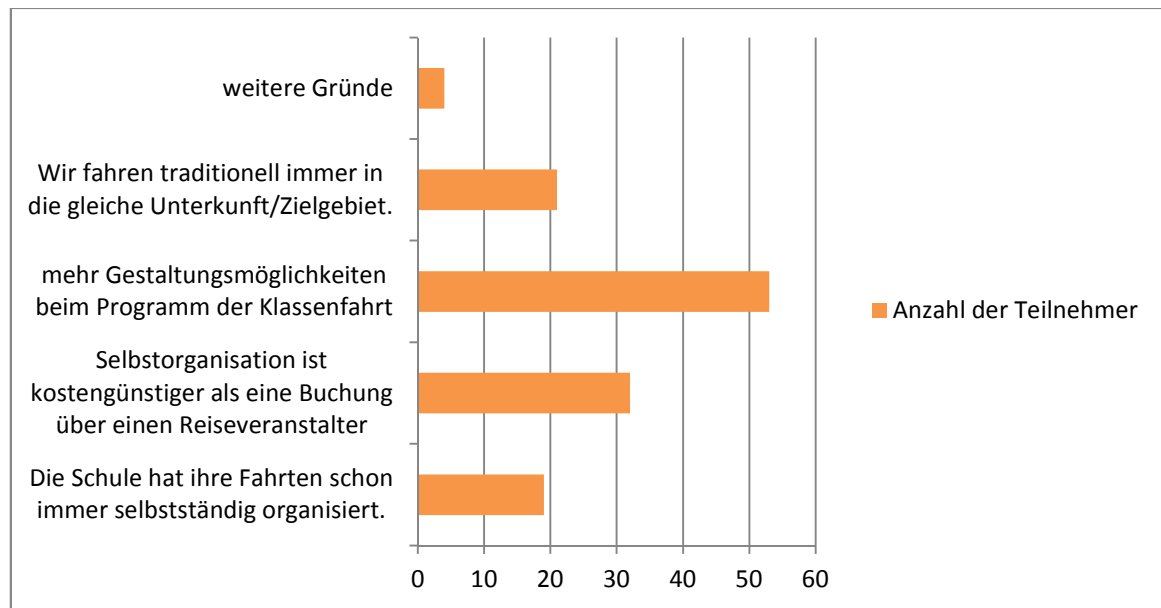
Eine der wichtigsten Fragen nach dem Buchungsverhalten ergibt, dass nur 23% über einen Reiseveranstalter buchen. Dieselbe Anzahl bucht nur teilweise Leistungen über einen Veranstalter oder ein Reisebüro. Damit ist gemeint, dass möglicherweise nur die Busfahrt und die Unterkunft über das Reisebüro organisiert werden, die Programmge-

<sup>78</sup> Die Auswertung der Frage 14 befindet sich im Anhang, S.73



staltung wird aber selbstständig übernommen. Mehr als die Hälfte bucht jedoch die gesamte Fahrt selbstständig, ohne fremde Hilfe in Anspruch zu nehmen.<sup>79</sup>

**Abbildung 8: Was sind die Gründe für eine selbstständig organisierte Klassenfahrt? (Mehrfachantworten möglich)**

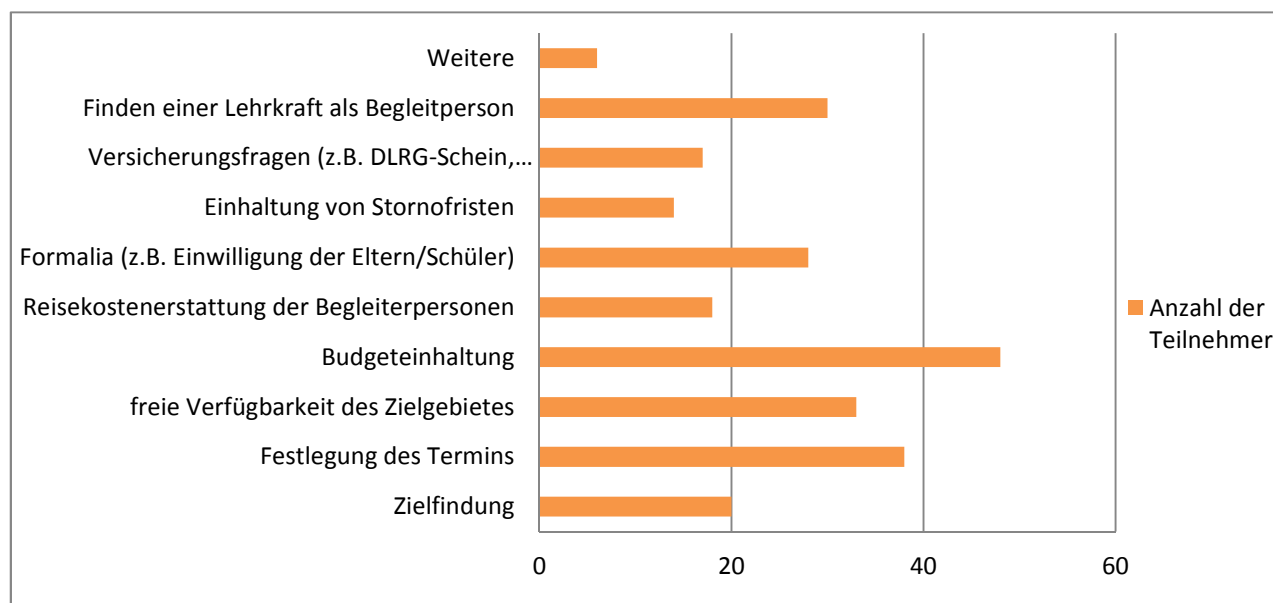


Quelle: eigene Darstellung

Gründe für die Selbstorganisation sind folgende: Mehr als 70% der Teilnehmer sind der Meinung, dass die Aktivitäten flexibler gestaltet werden können als bei einem Reisebüro. Zudem gaben 45% an, dass diese Variante kostengünstiger ist. Auch wurden an etwa einem Drittel der Schulen die Fahrten schon immer selbstständig geplant. Daneben konnten die Befragten auch eigene Gedanken einbringen. Ein Partizipant schrieb, dass die Stornierung im Hotel wesentlich kulanter sei als bei einem Veranstalter.

<sup>79</sup> Die Auswertung der Frage 15 befindet sich im Anhang, S.74

**Abbildung 9: Mit welchen Herausforderungen wurden Sie bei der Planung konfrontiert? (Mehrfachantworten möglich)**



Quelle: eigene Darstellung

Für mehr als 60% war es eine Herausforderung das vorgegebene Budget einzuhalten. Weitere Probleme waren die Festlegung des Termins sowie die freie Verfügbarkeit des Zielgebiets. Ebenso war es für 39% nicht einfach eine Begleitperson zu finden. Auch wurde im Optionsfeld angegeben, dass Schüler oft unzufrieden mit den Programmpunkten sind und dadurch Änderungen vorgenommen werden müssen. Allgemein wurde auch vermerkt, dass es nicht leicht war ein passendes Programm zu erstellen.

Stellt sich die Frage, ob man die nächste Fahrt über ein Reisebüro oder einen Reiseveranstalter buchen würde, so halten sich die Antworten ziemlich im Gleichgewicht. Rund ein Drittel würde die nächste Schulfahrt jeweils über eine Organisation buchen bzw. nicht buchen. 37% sind unentschlossen und würden die nächste Fahrt nur vielleicht mit Hilfe eines Veranstalters planen. Die Buchung über das Reisebüro zu machen, würden 26% an Kollegen weiterempfehlen, wohingegen 39% dies vielleicht tun würden.<sup>80</sup>

<sup>80</sup> Die Auswertung der Fragen 18 und 20 befindet sich im Anhang, S. 75 f.

**Abbildung 10: Was ist Ihnen bei der Buchung über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter wichtig?**

	Sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	nicht wichtig
persönlicher Ansprechpartner	49	28	7	0
Kompetenz und Beratung des Ansprechpartners	61	23	0	0
Freundlichkeit des Ansprechpartners	36	35	7	2
24h Erreichbarkeit während der Reise	16	22	37	7
Zeitersparnis bei der Organisation	32	35	11	4
Vielfalt an Reiseprogrammen	19	45	14	2
Erhalt umfassender Reiseunterlagen	25	38	17	1
Preis-Leistungs-Verhältnis	55	23	2	1
Freiplätze	21	30	20	8
kulante Stornoregelung	41	32	6	2
Zusatzangebote (z.B. Reiserücktrittsversicherung bei Krankheit eines Teilnehmers)	35	33	9	5

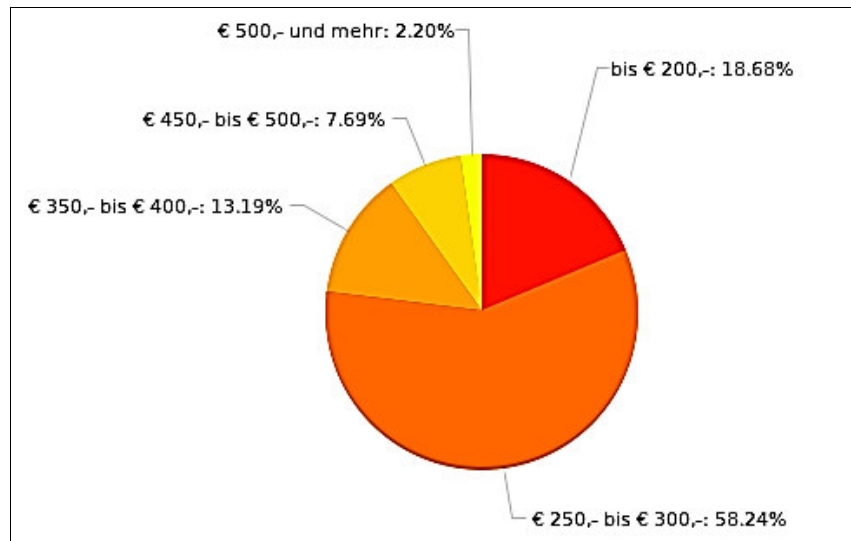
*Quelle: eigene Darstellung*

Jedoch spielen einige Kriterien bei der Buchung über einen Veranstalter eine große Rolle. So ist ein persönlicher Ansprechpartner für etwa 60% sehr wichtig. Noch bedeutender ist die Kompetenz und Beratung des Ansprechpartners. Daneben muss ein Reiseveranstalter ein gutes Preis-Leistungsverhältnis für 68% der Teilnehmer aufweisen. Eine kulante Stornoregelung ist für die Hälfte sehr wichtig. Zusatzangebote wie z.B. eine Reiserücktrittsversicherung empfinden 43% als sehr wichtig und würden diese in Anspruch nehmen.

### 5.1.3.4 Budgetierung der Klassenfahrt

Wie in den Herausforderungen bereits beschrieben, ist die Budgeteinhaltung für die Mehrheit nicht leicht.

**Abbildung 11: Wie viel darf eine Klassenfahrt maximal pro Person kosten?**



*Quelle: eigene Darstellung*

Mehr als die Hälfte haben einen Betrag von € 250,- bis € 300,- pro Person zur Verfügung. Etwa 20% dagegen können bzw. dürfen maximal € 200,- für eine Fahrt ausgeben. Nur 13% der Befragten können zwischen € 350,- und € 400,- zahlen.

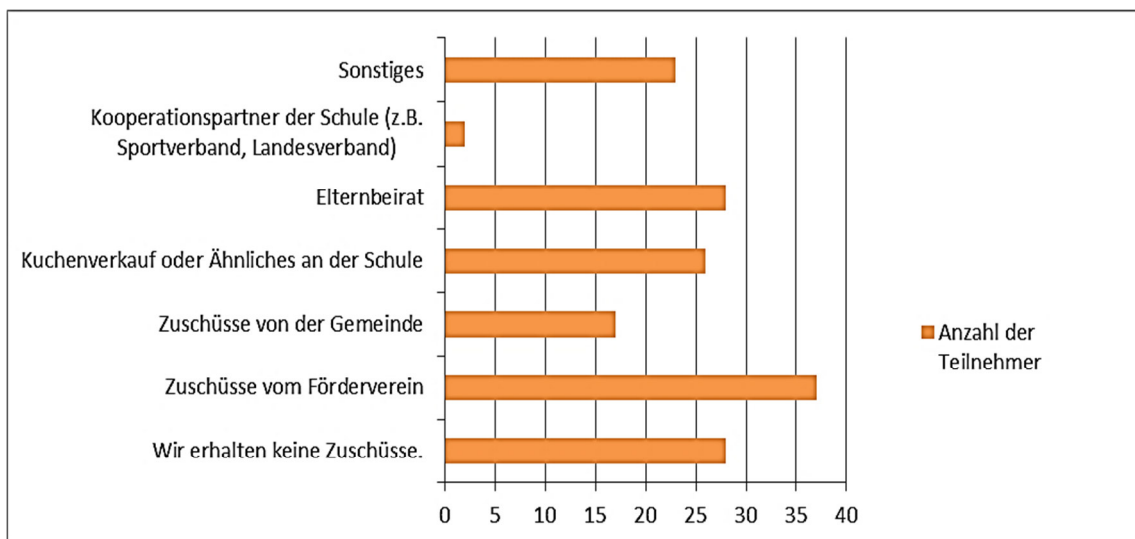
Zusätzlich wurden Angaben darüber gemacht, ob das Budget einheitlich für jede Klassenfahrt aufgeteilt wird oder ob es Unterschiede gibt. Grundsätzlich kann gesagt werden, dass es am besten ist, den Reisepreis so günstig wie möglich zu halten. Daneben kommt es auf die Aufenthaltsdauer an. Im Betrag müssen zudem Eintrittsgelder inkludiert sein. An den meisten Schulen wird für Abschlussfahrten in der Oberstufe mehr Geld ausgegeben als für das Schullandheim in der Unterstufe.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> Die Auswertung der Frage 22 befindet sich im Anhang, S. 76

Auch soll die Fahrt für jeden Schüler möglich sein. Diese wird zusätzlich an 41% der Schulen vom Förderverein unterstützt, jedoch erhält ein Drittel gar keine Zuschüsse. Daher werden von 29% Aktionen an der Schule wie ein Kuchenverkauf organisiert um das Taschengeld für die Reise aufzubessern. Die Höhe der Zuschüsse pro Person ist sehr unterschiedlich. In den meisten Fällen liegen diese zwischen € 5,- und € 50,- pro Person für die gesamte Reise. Eine genaue Angabe der Höhe pro Tag wurde von fast keinem Lehrer angegeben. Daneben gibt es auch Ausnahmen, die zum Teil bis zu € 300,- oder auch 100% des Reisepreises erstatten. Die nachfolgende Grafik verdeutlicht dies nochmals:

**Abbildung 12: Womit wird die Fahrt zusätzlich finanziert?**  
(Mehrfachantworten möglich)



Quelle: eigene Darstellung

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass Abschlussfahrten und Schullandheime am häufigsten geplant werden. Die Planung beginnt bei den meisten Lehrkräften sieben bis zwölf Monate vor Reiseantritt. Das Programm besteht dabei aus Kulturangeboten und Sightseeing. Das meist genutzte Verkehrsmittel ist der Bus, da dieser für größere Gruppen ein ideales Transportmittel ist.

Im Durchschnitt dauert die Reise fünf Tage, wovon vier Schultage betroffen sind. Informationen zum Zielgebiet werden vermehrt über das Internet recherchiert, wohingegen Kataloge im Lehrerzimmer nur bei einem Drittel Zuspruch finden.

Den Lehrern ist es wichtig die Klassengemeinschaft durch die Fahrt zu stärken und ein gemeinsames Gruppenerlebnis zu haben, an das man sich gerne erinnert. Schulleiter und Lehrer sind zudem wichtige Entscheidungsträger wenn es um die Terminfestlegung oder den Budgetrahmen geht.

Eine selbstständige Organisation ziehen 54% der Buchung über ein Reisebüro vor. Die Mehrheit ist der Meinung, dass diese Planungsform kostengünstiger und die Programmgestaltung flexibler ist. Jedoch steht dem die Herausforderung der Budgeteinhaltung gegenüber. Daneben ist es schwierig einen geeigneten Termin zu finden. Der Preisrahmen liegt bei den meisten Klassenfahrten zwischen € 250,- und € 300,- pro Person. Nur ein Drittel würde die nächste Schulfahrt über einen Veranstalter buchen. Um den Reisebetrag so gering wie möglich zu halten, werden ebenso Zuschüsse vom Förderverein beantragt. Diese können jedoch unterschiedlich ausfallen.

## **5.2 Untersuchung und Auswertung der freien Interviews**

Neben der Umfrage wurden auch Interviews mit Lehrern durchgeführt. Nachfolgend werden die Vorgehensweise und das Untersuchungsdesign näher beschrieben und anschließend die gewonnenen Resultate vorgestellt.

### **5.2.1 Aufzeigen der Methodik**

Die Zielgruppe bleibt auch bei den Interviews dieselbe: Lehrkräfte von ober- und niederbayerischen Schulen.

Als ein Leitfaden- oder freies Interview wird eine mündliche Befragung bezeichnet. Als Hilfestellung dient dem Interviewer entweder ein Fragebogen oder wie in diesem Fall ein Leitfaden mit offenen Fragen. Dadurch haben die Teilnehmer die Möglichkeit ihre Meinung frei zu äußern ohne sich an bestimmte Vorgaben zu halten. Diese Methode

wird hauptsächlich angewendet, wenn Beweggründe für bestimmte Verhaltensmuster erforscht werden sollen.<sup>82</sup>

Mit dieser Art der Befragung können schwierige Thematiken gut erarbeitet und eine Vielzahl verschiedener Meinungen eingeholt werden. Daneben ist es möglich, dass der Interviewer den Gesprächsablauf beeinflussen kann, wodurch die Interpretation der Ergebnisse nicht ganz einfach sein kann.<sup>83</sup> Zudem spielen die Uhrzeit, der Ort und das Allgemeinbefinden des Befragten eine Rolle und können Einfluss auf das Interview haben.<sup>84</sup>

Als Stichprobenumfang standen n=15 Personen zur Verfügung. Der Verfasser fragte telefonisch bei Schulen in den Landkreisen Altötting, Mühldorf, Dachau, Rottal-Inn und Simbach verstärkt nach, ob ein Interesse an der Teilnahme eines Interviews besteht. Diese Landkreise wurden gewählt, da es dem Verfasser somit möglich war, persönlich mit dem PKW oder der Bahn hinzukommen, um eine persönliche Befragung durchzuführen. Insgesamt boten zehn Lehrkräfte aus Oberbayern und fünf aus Niederbayern ihre Unterstützung an.

Anhand der Interviews können zwar keine repräsentativen Aussagen gemacht werden, die für ganz Ober- und Niederbayern gelten, jedoch war es für diese Arbeit erforderlich einige Gespräche durchzuführen, um gezieltere Ergebnisse zu erhalten.

## 5.2.2 Präsentation des Untersuchungsdesigns

Das freie Interview besteht insgesamt aus 7 Fragen, die Rückschlüsse auf das Buchungsverhalten geben sollen. Dabei werden zuerst allgemeine Fragen zur letzten Klassenfahrt gestellt und anschließend darauf eingegangen, wie der Buchungsprozess verläuft. Abhängig von dieser Frage mussten alle Weiteren darauf ausgelegt werden. Wurde die Klassenfahrt beispielsweise selbstständig gebucht, wurden Fragen zur eigenständigen Planung gestellt, um somit die Gründe für diese Buchungsform herauszufinden. Dasselbe galt bei der Durchführung einer Fahrt mit Hilfe eines Reiseveranstalters.<sup>85</sup>

---

<sup>82</sup> vgl. Koch (2012), S. 49

<sup>83</sup> ebd., S. 49

<sup>84</sup> ebd., S. 65

<sup>85</sup> Der Interviewleitfaden befindet sich im Anhang auf S. 79

Die im Vorfeld formulierten Fragen wurden einfach gehalten, so dass keiner der Befragten Probleme hatte, diese zu beantworten.<sup>86</sup>

Die durchschnittliche Dauer der Interviews lag bei zehn bis fünfzehn Minuten. Die Befragungen wurden mit einem Aufnahmegerät zur anschließenden Protokollierung aufgezeichnet. Oftmals wurden gleich hintereinander mehrere Interviews mit Lehrern derselben Schule geführt. Insgesamt zog sich die Befragung der 15 Personen über zwei Wochen. Die Termine wurden telefonisch oder per E-Mail vereinbart. Meist wurde der Verfasser an die Schule oder zum Wohnort des Lehrers bestellt. Drei Gespräche wurden telefonisch durchgeführt, da sich kein passender Zeitpunkt für beide Seiten ergeben hatte.

Es konnten somit Lehrkräfte von Schulen aus Altötting, Winhöring, Wasserburg, Tüßling, Dachau, Eggenfelden und Simbach für ein Gespräch gewonnen werden.

## **5.2.3 Limitation der Resultate<sup>87</sup>**

### **5.2.3.1 Allgemeine Angaben zur Klassenfahrt**

Etwa 80% der Lehrer führen eine Abschluss- oder Studienfahrt für die neunte bis zwölfte Jahrgangsstufe durch. Die Unterstufe fährt meist in das Schullandheim. Die Fahrten werden dabei überwiegend vom Klassenlehrer organisiert. Geschichtsexkursionen nach Berlin oder andere Studienfahrten werden von einem fachbezogenen Lehrer geplant.

### **5.2.3.2 Erklärung des Planungsprozesses**

Die Mehrheit der Fahrten wird zwischen drei und vier bzw. fünf bis sieben Monaten im Voraus geplant. Zunächst wird an den meisten Schulen ein Elternabend organisiert und die entsprechenden Ziele für Abschluss- oder Studienfahrten vorgestellt. Wenn die

---

<sup>86</sup> vgl. Koch (2012), S. 64

<sup>87</sup> Die Auflistung aller Interviews befindet sich im Anhang ab S. 80 ff.



Teilnehmerzahl feststeht, wird die Programmgestaltung durch den Lehrer vorgenommen. Diese wurde bei allen Befragten selbstständig erstellt. Insgesamt kann auch gesagt werden, dass mehr als die Hälfte der Befragten alle relevanten Aspekte, angefangen von der Anreise über die Unterkunft bis hin zu den Aktivitäten, selbst planen. Der Rest holt sich in den meisten Fällen ein Busunternehmen zur Hilfe oder bucht im Reisebüro der Deutschen Bahn. Jedoch werden in beiden Fällen nur die Anreise und die Unterbringung gebucht. Die weiteren Unternehmungen organisiert jeder der Lehrer eigenständig.

Eine Lehrerin gab offen zu, dass sie noch nie etwas von einem Veranstalter für Klassenfahrten gehört und sich selbst darum gekümmert habe.<sup>88</sup>

Ein Schüleraustausch ist eine Ausnahme. Da die Schüler bei Gastfamilien wohnen sollen, wäre es schwierig das gesamte Programm über ein Reisebüro zu buchen.<sup>89</sup> Es werden höchstens die Flüge dort gebucht, alles Weitere wird selbst oder von der Partnerschule organisiert.<sup>90</sup>

Eine Befragte erklärte während des Interviews, dass sie bereits mehrere Male über den Reiseveranstalter alpetour gebucht habe. Dabei hat sie nur positive Erfahrungen gemacht und wird dort weiterhin ihre Fahrten buchen. Sie legte dabei besonderen Wert auf die kompetente Beratung und den reibungslosen Ablauf.<sup>91</sup>

### **5.2.3.3 Gründe für eine Selbstorganisation bzw. eine Buchung über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter**

Da mehr als die Hälfte die gesamte Reise in Eigenregie planen, mussten die Hintergründe für diese Entscheidung erfragt werden. Dabei kam vermehrt die Aussage, dass ein Reiseveranstalter zu teuer sei. Zudem gibt es einige Befragte, die der Meinung sind, dass ein Veranstalter bei einer Gruppengröße von höchstens 20 Personen nicht nötig ist.<sup>92</sup> Eine Lehrkraft hatte zudem schon einmal ein Angebot vom Reisebüro ein-

---

<sup>88</sup> vgl. Wagenbrenner, Interview 5, siehe Anhang S. 86

<sup>89</sup> vgl. Hoffman, Interview 12, siehe Anhang S.97

<sup>90</sup> vgl. Holzinger, Interview 6, siehe Anhang S. 88

<sup>91</sup> vgl. Wimmer, Interview 13, siehe Anhang S.89 f.

<sup>92</sup> Vgl. Müller, Interview 1, siehe Anhang S. 80

geholt, jedoch wären alle Leistungen in dem begrenzten Preisrahmen nicht machbar gewesen.<sup>93</sup>

Außerdem arbeiten einige Lehrer schon jahrelang mit demselben Busunternehmen zusammen und benötigen aufgrund dessen keine fremde Hilfe. Ein Lehrer erwähnte, dass er stets mit dem Service des Unternehmens zufrieden ist und wahrscheinlich keinen Veranstalter heranzieht. Er meinte, dass größere Betriebe nicht so sehr auf das Wohl der Mitarbeiter achten. Durch die lange Kooperation mit dem Busunternehmen sind ihm alle Mitarbeiter bekannt und er hat daher keine Bedenken diese zur Organisation heranzuziehen.<sup>94</sup>

Zudem ist es für die meisten wichtig, dass sie sich an keine Termine und Programmpunkte halten müssen, sondern die Terminauswahl nach ihren Vorstellungen geschieht.

Dem gegenüberstehend gaben diejenigen, die über einen Reiseveranstalter buchen, an, sie hätten nicht die Zeit und Lust die gesamte Planung selbst in die Hand zu nehmen. Aufgrund der Zeitersparnis greifen sie auf einen Veranstalter zurück. Zudem sind sie davon überzeugt, dass ein Gesamtpaket eines Veranstalters kostengünstiger ist. Einen weiteren Vorteil sehen manche durch die Vernetzung des Veranstalters im Zielgebiet. Dieser verfügt über die notwendigen Landeskenntnisse und kann viele wertvolle Reisetipps vermitteln, die der Lehrer sonst mühsam recherchieren muss.<sup>95</sup>

Auch loben diejenigen die Reisebüros, die nur bestimmte Leistungen wie Anreise und Unterkunft buchen. Durch die zeitliche Gebundenheit der Aktivitäten wollen diese das Gesamtpaket trotzdem nicht über einen Veranstalter organisieren.

#### **5.2.3.4 Nachteile einer eigenständigen Planung und der Buchung über einen Reiseveranstalter**

Eine eigenständige Planung bringt auch Nachteile und Herausforderungen mit sich. Für die Mehrheit ist die Budgeteinhaltung nicht immer sehr einfach. Die Preise der Ho-

---

<sup>93</sup> vgl. Maierhofer, Interview 14, siehe Anhang S. 101

<sup>94</sup> vgl. Heidt, Interview 9, siehe Anhang S.93

<sup>95</sup> vgl. Birnstiel, Interview 15, siehe Anhang S.101

tels und Jugendherbergen steigen jedes Jahr etwas an, wodurch die Fahrten teurer werden. Daneben gibt es viele Schüler, die aus finanzschwächeren Familien stammen. Dabei gilt es Zuschüsse zu beantragen, dies jedoch vor den anderen Teilnehmern geheim zu halten. Somit möchte man eine Ausgrenzung der Schüler verhindern.<sup>96</sup>

Daneben ist für einige die Programmgestaltung schwierig, da die Schüler unterhalten werden sollen und keine Langeweile aufkommen soll.<sup>97</sup> Die Aktivitäten sollten Abwechslung bieten, um die Aufmerksamkeit der Teilnehmer dauerhaft zu gewinnen. Der Terminplan ist außerdem sehr begrenzt, da bei einem weiten Anreiseweg der erste und letzte Reisetag wegfallen. Somit bleiben von fünf Tagen Klassenfahrt nur drei zur Verfügung. Etwas Freizeit darf dabei ebenso nicht fehlen. Daher ist es ein Nachteil, wenn der Reiseveranstalter die Termine festlegen muss.<sup>98</sup>

Wurde nach den Nachteilen eines Reiseveranstalters gefragt, so stellte sich heraus, dass es keine gravierenden Probleme gibt. Sehr viele der Interviewten gaben an, dass sie rundum mit dem Service und der Beratung zufrieden sind. Ein paar Kritikpunkte waren unter anderem, dass die Angebote des Öfteren über den vorgegebenen Budgetrahmen hinausgehen und auch Unterkünfte etwas außerhalb des Zentrums liegen.<sup>99</sup>

Jedoch würden sich mehrere der Befragten wünschen, dass mehr auf deren Wünsche und Vorstellungen eingegangen wird. Beispielsweise bemängelte ein Lehrer, der eine Studienfahrt nach Frankreich organisiert hat, dass die Bahn zwar eine Reservierung für verschiedene Museen anbietet, aber über diese keine Buchung einer Führung möglich ist. Würde dies als Gesamtpaket verkauft werden, würde der Lehrer dies sofort in Anspruch nehmen.<sup>100</sup>

---

<sup>96</sup> vgl. Haslinger, Interview 11, siehe Anhang S.96

<sup>97</sup> ebd., S. 96

<sup>98</sup> vgl. Bartl, Interview 8, siehe Anhang S.91

<sup>99</sup> vgl. Müller, Interview 1, siehe Anhang S.80

<sup>100</sup> vgl. Westenthanner, Interview 10, siehe Anhang S.94

### 5.2.3.5 Überzeugungsleistung

Die letzte Frage regte die meisten Teilnehmer zum Nachdenken an, denn sie wurden gefragt, was ein Reiseveranstalter tun müsste, um sie von einer Buchung der gesamten Klassenfahrt zu überzeugen.

Dabei war es den Lehrkräften wichtig, dass die ganze gedankliche Vorarbeit von der Informations- bis zur Unterkunftssuche übernommen werden sollte. Zudem darf der Preisrahmen bei den erstellten Angeboten nicht überschritten werden.<sup>101</sup> Darüber hinaus wäre es sehr wünschenswert, wenn die Programmbausteine flexibler zusammengestellt werden könnten und man sich nicht auf einen bestimmten Ablauf festlegen muss. Man möchte selbst noch bei der Gestaltung mitwirken können.<sup>102</sup>

Die Abschließung einer Reiserücktrittsversicherung sowie eine kulante Stornoregelung ist für viele ein ausschlaggebender Punkt um über einen Veranstalter zu buchen.

Es gab auch einige Lehrer, die sich nicht so leicht auf einen Veranstalter festlegen würden. Sie entscheiden über den Ablauf der Planung von Jahr zu Jahr und situationsbedingt.<sup>103</sup> War man schon einmal selbst im Zielgebiet vor Ort und kennt die Umgebung, wird selbstständig organisiert. Ist man dorthin noch nicht verreist, wird ein Veranstalter zur Beratung und Buchung kontaktiert.<sup>104</sup>

Ein Lehrer stellte auch die Anforderung, dass Mitarbeiter eines Veranstalters gezielt an Schulen herantreten sollten, um zu erfragen, welche Schulfahrten organisiert werden. Damit könnte man ein neues Programm entwickeln und ihn sicherlich auch für eine Buchung überzeugen.<sup>105</sup>

---

<sup>101</sup> vgl. Wagenbrenner, Interview 5, siehe Anhang S.87

<sup>102</sup> vgl. Westenthanner, Interview 10, siehe Anhang S.94

<sup>103</sup> vgl. Schwarz-Müller, Interview 2, siehe Anhang S.82

<sup>104</sup> vgl. Birnstiel, Interview 15, siehe Anhang S.102

<sup>105</sup> vgl. Holzinger, Interview 6, siehe Anhang S.89

### **5.2.3.6 Fazit**

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass auch die interviewten Lehrer vermehrt Klassenfahrten für die Mittel- und Oberstufe durchführen. Genau wie auch schon in Umfrage ermittelt, plant die Mehrheit noch selbstständig oder nur teilweise über einen Reiseveranstalter. Mit der Organisation wird drei bis sieben Monate im Voraus begonnen.

Eine Klassenfahrt wird eigenständig durchgeführt, weil dies kostengünstiger ist, eine jahrelange Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen der Schule besteht und die Programmgestaltung nach den eigenen Vorstellungen ablaufen kann.

Dadurch lassen sich aber auch Nachteile ableiten. Für fast alle Lehrkräfte ist es schwierig das Budget im Rahmen zu halten, da die Schüler aus unterschiedlichen Verhältnissen stammen. Zudem ist es auch eine Herausforderung geeignete Termine für die jeweiligen Programmpunkte zu bekommen.

Eine Buchung über einen Reiseveranstalter weist dagegen sehr wenige Nachteile auf. Daher sind die meisten Befragten mit den Leistungen eines Veranstalters zufrieden. Würde man zusätzlich noch mehr auf die Wünsche der Lehrer eingehen, wären diese noch zufriedenstellender.

Auf die Frage, wie man die selbstständig Planenden für eine Buchung über einen Reiseveranstalter überzeugen könnte, wurde geäußert, dass die gedankliche Vorarbeit und Informationssuche übernommen werden sollte und der vorgegebene Preisrahmen beim Angebot nicht überzogen werden darf. Zudem würden es viele Lehrkräfte gutheißen, wenn sie bei der Programmgestaltung selbst mitwirken könnten und sich dabei nicht an bestimmte Tage halten müssten.

## **6. Aufstellung eines Maßnahmenplans zur Neukundengewinnung und Marktanteilssteigerung für den Reiseveranstalter alpetour**

### **6.1 Vorstellung des Reiseveranstalters**

Die Firma alpetour ist ein Reiseveranstalter für Gruppen- und Klassenfahrten. Dieser wurde vor etwas mehr als 50 Jahren gegründet und weist große fachliche Kompetenz, viel Erfahrung und Know-How auf.

Das Unternehmen entwickelte sich aus der Ferienheimverwaltungsgesellschaft in Südtirol heraus. Zunächst hatte man sich auf den Betrieb von Ferienheimen spezialisiert. Durch die große Nachfrage der Urlaubsregion Südtirol war es schnell möglich die Vertragshäuser mit deutschen Urlaubern zu belegen.<sup>106</sup> Darüber hinaus waren auch Unterkünfte an einer Kooperation interessiert, deren Belegungszahlen nicht sonderlich hoch waren. Der Zusammenschluss der Ferienheimverwaltungsgesellschaft mit weiteren Unterkünften kann daher als die Geburtsstunde des Reiseveranstalters alpetour bezeichnet werden.<sup>107</sup>

In den 70er Jahren wurden allein durch den Veranstalter 220 Betriebe belegt. In dieser Zeit wurden ebenfalls drei unternehmenseigene Hotels errichtet. Daraus entwickelte sich eine enge Zusammenarbeit, die bis heute anhält.<sup>108</sup>

Durch den großen Erfolg planten schon bald viele Stammkunden ihre jährliche Reise mit alpetour. Zunächst organisierte Fahrten für Vereine, Kirchengemeinden oder Institutionen. Als in den 80er Jahren aber immer mehr Schulklassen hinzukamen, wurden die Reiseprogramme für Klassenfahrten erweitert und zusätzlich Sport- und Erlebnisreisen angeboten.<sup>109</sup>

Aus organisatorischen Gründen verlegte man den Firmensitz von Südtirol zuerst nach München, später nach Starnberg. Dort arbeiten heute rund 130 motivierte Mitarbeiter

---

<sup>106</sup> vgl. alpetour Organisationshandbuch, S. 2

<sup>107</sup> [www.alpetour.de](http://www.alpetour.de), Zugriff v. 10.06.2014

<sup>108</sup> vgl. alpetour Organisationshandbuch, S. 2

<sup>109</sup> [www.alpetour.de](http://www.alpetour.de), Zugriff v. 10.06.2014

und betreuen sowohl Kunden aus Deutschland als auch aus ganz Europa. Neben den Jugendreisen, Schullandheimaufenthalten und Ski- und Sportreisen können auch Familienfreizeiten, Studienfahrten und Vereinsfahrten gebucht werden.<sup>110</sup>

Die alpetour Touristische GmbH ist führender Reiseveranstalter im Klassenfahrten-segment. Bis zum heutigen Tag verreisen pro Jahr mehr als 8000 Reisegruppen mit insgesamt rund 288000 Personen.<sup>111</sup>

Ziel des Unternehmens ist es, diese Position zu halten und weiter auszubauen, um den Marktanteil weiter zu erhöhen.

Um dieses Anliegen erreichen zu können bedarf es der ständigen Einhaltung der Qualitätsstandards, einem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis sowie der Kundenorientierung. Der Kunde steht im Zentrum des Geschehens. Daher ist es wichtig engagierte Mitarbeiter zu haben, die mit ihrer Arbeit zufrieden sind, um die Begeisterung an den Reiseprogrammen vermitteln zu können. Sowohl Kunde als auch Mitarbeiter sind dem Unternehmen sehr wichtig. Sind die Kunden zufrieden, sind es auch die Mitarbeiter und umgekehrt.<sup>112</sup>

## 6.2 Ausarbeitung eines Maßnahmenplans

Unter Berücksichtigung des Marketing-Mix wird nun anhand der ausgewerteten Ergebnisse beider Befragungen ein Maßnahmenplan zur Neukundengewinnung ausgearbeitet.

Die Konkurrenz der Gruppenreiseveranstalter ist groß. Es existieren viele verschiedene Anbieter, die auf unterschiedliche Arten der Gesellschaftsreise spezialisiert sind. Unter anderem werden Jugendreisen, Studienfahrten und ebenso Bahn- und Busreisen angeboten.

Daneben gibt es weitere Veranstalter, die sich auf das Segment Klassenfahrten spezialisiert haben. Da alpetour die Position des Marktführers auf dem Klassenfahrtenmarkt eingenommen hat, ist es umso wichtiger diese Position zu halten und neben der Stammkundenpflege auch Neukundenakquise zu betreiben. Speziell die Regionen

---

<sup>110</sup> vgl. alpetour Organisationshandbuch, S. 2

<sup>111</sup> [www.alpetour.de](http://www.alpetour.de), Zugriff v. 10.06.2014

<sup>112</sup> vgl. alpetour Organisationshandbuch, S. 3

Ober- und Niederbayern sollen anhand dieses Maßnahmenplans erfasst werden, da aus diesen Regionen nur wenig Kunden mit alpetour verreisen.

Lehrkräfte an Haupt- und Mittelschulen, Realschulen und Gymnasien aus den oben genannten Regierungsbezirken stellen hierbei die Zielgruppe dar.

Da die Planung bisher selbstständig übernommen wurde, ist es für den Reiseveranstalter alpetour umso wichtiger die Bedürfnisse und Wünsche der Lehrer zu berücksichtigen, um diese gezielt anzusprechen.

Der Preis spielt eine große Rolle und sollte bei der Angebotserstellung eingehalten werden. Zum anderen wollen Lehrer eine flexible Programmgestaltung. Sie möchten bei dieser selbst mitwirken und gegebenenfalls Änderungen vornehmen können.<sup>113</sup>

Aufgrund der Umfrage wurde ermittelt, dass Klassenfahrten in erster Linie organisiert werden, um die Klassengemeinschaft zu stärken und um gemeinsam mit der Gruppe etwas zu erleben.<sup>114</sup>

Etwa 40% würden es vielleicht in Erwägung ziehen die nächste Fahrt über einen Veranstalter zu organisieren. Um diesen Anteil und darüber hinaus noch weitere Schulen von dieser Vorstellung zu überzeugen, sollen die nachfolgenden Maßnahmen helfen.<sup>115</sup>

### **6.2.1 Handlungsempfehlungen für die Produktpolitik**

Hauptsächlich werden Klassenfahrten in der Mittel- und Oberstufe geplant. Die Mehrheit der Lehrer organisiert für diese Jahrgangsstufen Abschluss- und Studienfahrten. Diese Programme sollten im Raum Ober- und Niederbayern gezielt beworben werden. Daher müssen am Schuljahresanfang zum Planungsbeginn die Reisekataloge verschickt werden. Die Adressen aller Schulen befinden sich bereits in der Adressverwaltung, weshalb dadurch der Versand erleichtert wird. Durch eine Vorauswahl der Bildungsstätten und den gezielten Versand kann die exakte Zielgruppe erreicht werden.

---

<sup>113</sup> vgl. Westenthanner, Interview 10, siehe Anhang S.96

<sup>114</sup> vgl. Umfrage: Frage 9, siehe Anhang S.71

<sup>115</sup> vgl. Umfrage: Frage 18, siehe Anhang S.75



Handelt es sich bei einer Klassenfahrt um eine Geschichtsexkursion nach Berlin, so ist man als Lehrer verpflichtet das Programm dementsprechend auszulegen. Ohne diese historisch-politischen Aspekte werden keine Zuschüsse für die Fahrt gewährt. Das bereits bestehende Programm der Berlinfahrten von alpetour beinhaltet eine Stadtrundfahrt sowie den Besuch der Berliner-Mauer und einen Ausflugsort, der 150km entfernt sein darf.<sup>116</sup> Jedoch wird bis jetzt noch kein zusätzlicher geschichtlicher Programmpunkt im Paket angeboten. Eine Anmeldung im Bundestag ist nicht möglich, da diese durch die Einladung eines Wahlkreisabgeordneten geschehen muss, jedoch könnte man zusätzlich ein weiteres Ministerium, wie z.B. das Landwirtschaftsministerium als Programmpunkt aufnehmen. Dies würde mit Sicherheit auch positive Rückmeldung von Schulen aus ländlichen Regionen mit sich bringen. Die Zuschüsse wären abgesichert und der Preis für die Reise durch die Programmerweiterung könnte erhöht werden.

Die Zubuchung einer Ministeriumsbesichtigung ist zwar bereits im Internet unter der Rubrik „Reiseinfo“ durch den Button „Weitere Infos“ nachlesbar, könnte aber durch die Programmumgestaltung geändert werden. Daneben sollte verstärkt auf weitere Zusatzleistungen in der Reisebeschreibung hingewiesen werden, da sich womöglich nur sehr wenige Lehrkräfte die Zeit nehmen, um diese aufzurufen und zu lesen.

Da an Schulen ebenfalls einige Austauschprogramme durchgeführt werden, könnte die Produktpalette in Richtung Sprachreisen erweitert werden. Einen Austausch zu organisieren wäre beinahe unmöglich, da es den Kunden wichtig ist, dass ihre Schüler bei Gastfamilien wohnen, um die Kultur persönlich mitzuerleben.<sup>117</sup>

Es wäre daher geeignet Sprachreisen nach England oder Spanien anzubieten, weil es dort viele Sprachschulen gibt. Diese könnten für eine Zusammenarbeit überzeugt werden und würden gleichzeitig ihre Mitarbeiter als Lehrkräfte bereitstellen. Die Schüler werden in Hotels oder Hostels untergebracht, sodass sich das Problem mit Gastfamilien auflöst. Auch bieten Sprachinstitute ein Zusatzprogramm für die Abend- und Wochenendgestaltung an, welches in das Programm von alpetour aufgenommen werden kann. Zudem bestehen bereits alpetour-Klassenfahrten nach London oder Barcelona. Daher können auch deren Programmpunkte auf die Sprachreise übertragen werden.

---

<sup>116</sup> [www.alpetour.de](http://www.alpetour.de), Zugriff v. 18.06.2014

<sup>117</sup> vgl. Hoffmann, Interview 13, siehe Anhang S. 98

Um den Lebensstil und die Kultur des jeweiligen Landes besser zu verstehen, sollte man die Sprachlehrer heranziehen. Diese kennen sich in der Region bestens aus und wissen, wo sich die Mehrheit der Landesbewohner abseits der Touristenpfade aufhält. Ein Abend ganz im Zeichen der Landeskultur würde den Teilnehmern nicht nur sprachlich weiterhelfen, sondern ihnen auch aufzeigen, welche Traditionen es im Zielgebiet gibt. Diese Art der Klassenfahrt würde bestimmt großen Anklang finden. An einigen Schulen wird kein Austausch mehr organisiert, da unter anderem keine Partnerschule gefunden wird. Eine Sprachreise stellt daher eine sehr gute Alternative dar. Die Gruppe ist gemeinsam untergebracht und die Kurse werden anhand der Sprachniveaus der Schüler aufgebaut. Am Ende gibt es für jeden ein Zeugnis, welches für die Bewerbungsmappe genutzt werden kann. Eine solche Fahrt hat einen besonderen Erfahrungswert und ist für die berufliche Weiterbildung sehr von Vorteil.

### **6.2.2 Maßnahmen für die Preispolitik**

Die Preise der einzelnen Fahrten sollten für eine Reise von fünf Tagen weiterhin im Budgetrahmen von € 250,- bis € 300,- bleiben. Es kann zusätzlich damit geworben werden, dass es bei einer Erstbuchung einen Neukundenrabatt von 5% gibt oder ein weiterer Freiplatz zur Verfügung steht. Der Veranstalter alpetour hat bereits ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, welches in jedem Fall beibehalten werden muss, um die Kunden aus den beiden süddeutschen Regionen zu erreichen.

Die oben genannte Sprachreise kann natürlich nicht in diesem Rahmen angeboten werden, jedoch gibt es immer einige Eltern, die ihren Kindern diese Art der Reise ermöglichen möchten und auch bereit sind, mehr Geld auszugeben.<sup>118</sup>

### **6.2.3 Handlungsempfehlungen für die Distributionspolitik**

Der direkte Vertrieb der Reisen über das Internet und die Reisekataloge wird dabei weiterhin bestehen bleiben. Eine weitere Option wäre es, eine Kooperation mit dem Reisebüro der Deutschen Bahn einzugehen. Viele Lehrer buchen die Anreise und Unterkunft über Ameropa, jedoch nicht das gesamte Programm. Hier könnte alpetour ge-

---

<sup>118</sup> vgl. Holzinger, Interview 6, siehe Anhang S.88 f.

zielt vorgehen. Durch eine Zusammenarbeit mit den Reisebüros in Ober- und Niederbayern wird die Zielgruppe konkret angesprochen. Sobald eine Klassenreise bei diesen gebucht wird, könnte der Mitarbeiter auf die Programme von alpetour hinweisen und zugleich Kataloge vorlegen. Dadurch kann der Buchende motiviert werden, ebenso die gesamte Programmgestaltung an einen Anbieter abzugeben und muss sich um keine weiteren Details der Fahrt mehr kümmern. Dies wäre eine weitere Variante, um Neukunden aus den Regierungsbezirken zu gewinnen. Möglicherweise kommt es zur Überlegung die nächste Schulfahrt direkt über alpetour zu organisieren.

Daneben werden von der Bahn nur Reservierungen für Museen vorgenommen, jedoch kann nur vereinzelt eine Führung hinzugebucht werden. Hierbei kann der Reiseveranstalter wieder Hilfestellung geben, weil auch Führungen und Besichtigungen für zahlreiche Sehenswürdigkeiten über alpetour angeboten werden. Durch die Vermittlung über Ameropa muss zwar eine Provision gezahlt werden, jedoch könnte man so bewirken, dass die Kunden vermehrt die Veranstalterangebote buchen, anstatt diejenigen Angebote der Bahn. Das Reisebüro bietet zwar auch Programmpunkte an, jedoch weisen diese Unterschiede zu den alpetour-Aktivitäten auf.

#### **6.2.4 Kommunikationsmaßnahmen**

Es sollte eine Kundenansprache direkt vor Ort in der Schule erfolgen. Einige Lehrer haben noch nie über eine Buchung über einen Reiseveranstalter nachgedacht bzw. hatten nicht einmal die Kenntnis über solche Organisationen. Außenmitarbeiter des Unternehmens sollten an diese Bildungseinrichtungen herantreten und den Veranstalter alpetour vorstellen. Dabei soll speziell auf Abschlussfahrten eingegangen werden, was für den Großteil der Lehrer von Interesse sein dürfte. Daneben werden Lehrerfahrten vorgestellt und auch die Möglichkeit der Vorausbesichtigung des Zielortes aufgezeigt. Hierbei kann man den Veranstalter und dessen Programmauslegungen besser kennenlernen, um sich für diesen zu entscheiden. Ein Gewinnspiel unter allen teilnehmenden Lehrkräften kann als Anreiz zur Anmeldung dienen. Die ersten drei Gewinner können beispielsweise einen Rabatt von € 200,- € 150,- oder € 100,- für die nächste Klassenfahrt mit alpetour erhalten. Somit wird zunächst der Lehrer für den Veranstalter gewonnen und im zweiten Schritt auch die Schule. Wird Positives über die Vorausbesichtigung berichtet, überträgt sich dies schnell auf Kollegen.

Dementsprechend ist es auch nützlich, bereits bestehende alpetour-Kunden aus den beiden Regierungsbezirken zu haben. Es soll an den Schulen, die schon mehrere

Fahrten mit dem Unternehmen durchgeführt haben, während der Angebots- und Anmeldephase nachgefragt werden, ob die Planung einer nächsten Fahrt wieder mit dem Reiseveranstalter stattfinden soll.

Würde man diesen Schulen erklären, dass sich der Reisepreis für sie verringern würde, wenn sie eine weitere Schule aus der Umgebung, die noch nicht über alpetour bucht, werben, könnten dadurch Neukunden gewonnen werden. Es besteht somit die Möglichkeit für diese Schulen ihre Partner in der Umgebung aufzufordern, an einer gemeinsamen Fahrt teilzunehmen. Dadurch wird die Beziehung beider Einrichtungen zueinander gestärkt. Zudem vertraut die Partnerschule auf die Empfehlung der anderen und hat weniger Bedenken, die Fahrt mit Hilfe eines Veranstalters zu planen. Durch die bereits vorangegangenen positiven Erfahrungen der einen Schule überträgt sich dies zu einer optimistischen Einstellung gegenüber dieser Form der Reiseorganisation der anderen.

Für viele Lehrkräfte ist das Internet das Hauptmedium zur Informationssuche.<sup>119</sup> Die Angebotsanforderung über das Internet könnte beschleunigt werden, wenn der Button „Reise anfragen“ durch „Angebot anfordern“ geändert werden würde. Diese Worte springen dem Kunden schneller ins Auge und verleiten ihn somit zur Angebotseinholung.<sup>120</sup>

Ein weiterer wichtiger Punkt stellt für die Zielgruppe die Zubuchung einer Reiserücktrittsversicherung dar. Diese sollte bei den Reisebeschreibungen auf der Webseite explizit aufgeführt werden. Im Falle eines Ausfalls oder bei Erkrankung eines Schülers, haben die Lehrer die Sicherheit, dass der Reisepreis erstattet wird. Zudem stellt dies auch eine weitere Vertrauensbasis zwischen Unternehmen und Kunde her.

Auch der Webaufttritt muss immer auf den aktuellsten Stand gebracht werden. Zudem könnte man veranlassen, dass Programme für Abschluss- oder Studienfahrten des Veranstalters vorgeschlagen werden, sobald sich ein Server aus Ober- oder Niederbayern auf die Seite von alpetour begibt oder danach über eine Suchmaschine recherchiert wird.

---

<sup>119</sup> vgl. Umfrage: Frage 8, siehe Anhang S.71

<sup>120</sup> [www.alpetour.de](http://www.alpetour.de), Zugriff v. 10.06.2014

Daneben können jüngere Lehrkräfte, die noch am Anfang ihrer beruflichen Karriere stehen, über die Facebook-Seite auf den Reiseveranstalter aufmerksam gemacht werden.

Da es eine Vielzahl an Lehrerzeitschriften gibt, soll auch eine Anzeige oder besser noch ein Bericht über das Unternehmen veröffentlicht werden. Eine solche Zeitung ist die „Bayerische Schule“ vom Bayerischen Lehrer- und Lehrerinnenverband. Es werden pro Ausgabe 53000 Exemplare an Lehrkräfte aus ganz Bayern verschickt. Dabei kann man ebenso entscheiden, ob die Anzeige in ganz Bayern oder nur in Ober- und Niederbayern geschaltet wird. Bei letzterer Variante muss nur darauf geachtet werden, bis zu welchem Termin die Anzeige eingereicht werden muss, da dies zwischen den Regierungsbezirken unterschiedlich ist. Den Lesern kann durch einen ansprechenden Bericht ein guter Überblick über die Leistungen des Unternehmens vermittelt werden. Durch die Angabe der Homepage sowie der Facebook-Seite können weitere Informationen eingeholt werden und sollen zu einer Buchung verleiten.

Neben diesem Medium können auch Flyer und Plakate zur Neukundengewinnung herangezogen werden. Plakate im 18/1 Format werden direkt in die Nähe von ober- und niederbayerischen Schulen platziert. Dies kann an der Hauptstraße entlang zur Schule oder nicht weit entfernt des Pausenhofes sein. Der Vorteil daran ist, dass eine breite Masse an Lehrern dieses Werbemittel wahrnimmt. Auch deren Schüler kommen daran vorbei und äußern beim Klassenlehrer den Wunsch, mit ihm auf Klassenfahrt zu gehen. Somit kann die Informationssuche über die Homepage von alpetour oder durch einen Telefonkontakt geschehen und zu einem Neukunden führen.

In Form des Guerilla-Marketings könnte man für einen überraschenden Effekt sorgen. Guerilla-Marketing beschreibt eine ungewöhnliche Werbemaßnahme, mit der man versuchen möchte, eine gewisse Aufmerksamkeit auf ein Unternehmen oder ein gewisses Produkt zu lenken.<sup>121</sup> Eine solche Aktion kann unter anderem an Schulen stattfinden, die eine Mensa besitzen. Täglich verbringen Schüler und Lehrer dort ihre Mittagspausen. Das Essen wird mit Tabletten zum Tisch getragen. Auf diesen könnte Werbung von alpetour in Form von Papierauflagen auflegen. Genau diese werden beispielsweise schon von McDonalds eingesetzt. Durch die Papierauflage werden Lehrkräfte und

---

<sup>121</sup> [www.onlinemarketing-praxis.de](http://www.onlinemarketing-praxis.de), Zugriff v. 18.06.2014

Schüler auf den Veranstalter aufmerksam gemacht. Es wäre eine einfache und preisgünstige Werbemethode.

### **6.2.5 Zeitplanung und Budgetausgaben**

Der Zeitraum in dem diese Maßnahmen vorbereitet und geschaltet werden, kann ab Anfang Juli geschehen.

Der Versand der Kataloge ist gleich zum Schuljahresbeginn anzusetzen. Somit haben die Schulen gleich einen Überblick über mögliche Ziele für Klassenfahrten.

Die gezielte Kundenansprache vor Ort an den Schulen kann ab sofort und fortlaufend geschehen. Besonders aber sollte dies zum Schuljahresbeginn zwischen September und Oktober erfolgen. Da die Planung einer Klassenfahrt in diesem Zeitraum beginnt, kann ebenso das Gewinnspiel stattfinden, welches zur Teilnahme an einer Lehrerfahrt beitragen soll. Die Informationssuche zu möglichen Zielgebieten tritt verstärkt in dieser Phase auf. Werden die Kunden direkt auf alpetour aufmerksam gemacht, werden sich diese vom Veranstalter ebenfalls beraten lassen.

Die Erweiterung des Programmes der Berlinfahrt um den Ministeriumsbesuches als festen Bestandteil zu integrieren bedarf einiger Überlegungen, ob dies als sinnvoll erscheint. Bis dieser Entschluss feststeht kann auf diese Zusatzleistung durch Mitarbeiter hingewiesen werden. Die Ausarbeitung eines Sprachreise-Programmes wird die meiste Zeit in Anspruch nehmen, da erst einmal Sprachschulen überzeugt werden müssen. Für die Produktentwicklung wird mit mindestens einem Jahr gerechnet.

Eine Kooperation mit dem Reisebüro der Deutschen Bahn muss ebenso gut durchdacht werden und benötigt einiges an Anlaufzeit. Zudem kann noch nicht sicher gesagt werden, ob diese Zusammenarbeit funktionieren wird.

Ein Neukundenrabatt von 5% bei der Erstbuchung einer ober- oder niederbayerischen Schule wird ab September eingeführt, sobald die Lehrer mit ihrer Planung beginnen.

Die Aktualisierung des Internetauftritts erfolgt für die einzelnen Produkte durch den zuständigen Mitarbeiter. Diese sollen so bald wie möglich in den Reiseprogrammen den Vermerk der Reiserücktrittsversicherung aufführen. Der Button „Reise anfragen“ wird auf „Angebot anfordern“ geändert. Zudem ist es die Aufgabe der IT-Mitarbeiter die Seite so zu programmieren, dass das System erkennt, von welchem Ort aus ein Besucher die Homepage aufruft. Ist dies einer aus Ober- oder Niederbayern sollen dem Besucher sofort die Angebote für Abschlussfahrten angezeigt werden. Dasselbe gilt für die Suchmaschinenoptimierung.

Die Veröffentlichung der Anzeige bzw. des Berichtes in der Zeitschrift „Bayerische Schule“ sollte zunächst nur in den Ausgaben der Räume Raum Ober- und Niederbayern zu sehen sein. Sollte sich diese Variante als erfolgreich herausstellen, kann man sich auch auf ganz Bayern festlegen. Der letzte Termin zur Einreichung der Anzeige ist für die Oberbayernausgabe im Oktober am 30.07.2014, für Niederbayern liegt der Termin für die Septemбераusgabe am 21.07.2014.<sup>122</sup>

Der Druck der Flyer und Plakate sollte Anfang bis Mitte August erfolgen. Somit bleibt bis zum Druckbeginn genügend Zeit um eine genaue Gestaltung vorzunehmen. Bis Schuljahresbeginn im September sollen die Plakate in Schulinähe platziert werden und die Flyer in der ersten Schulwoche an Lehrer verteilt werden.

Der Druck der Papierauflagen für die Speisetabletts kann zusammen mit den oben genannten Maßnahmen ablaufen.

Die Budgetausgaben sehen folgendermaßen aus: Das Porto für die Kataloge beträgt € 1,45.<sup>123</sup> Diese werden an eine bestimmte Anzahl von Schulen verschickt. (Beispiel: Insgesamt werden 400 Kataloge verschickt. Jeweils die Hälfte wird nach Ober- die andere nach Niederbayern versendet. Der Versand beträgt somit € 580,-. Daneben können Kataloge verteilt werden, wenn die Außendienstmitarbeiter an die Schulen herantreten.

Das Werben neuer Kunden von bereits bestehenden alpetour-Kunden Bedarf nur eines Telefonanrufes und weist daher so gut wie keinen allzu großen Arbeitsaufwand und sehr geringe Ausgaben auf. Der Rest wird über Mund-zu-Mund-Propaganda erledigt.

Die Kooperation zwischen alpetour und Ameropa muss grundlegend durchdacht werden und kann daher noch nicht einkalkuliert werden.

Die Pflege des Internetauftritts wird durch Mitarbeiter und die IT-Spezialisten vorgenommen, wodurch nur der Aufwand der Gehaltszahlung besteht.

Die Kosten für eine Anzeige in der Zeitschrift „Bayerische Schule“ für ¼ Seite betragen € 510,- für einen schwarz-weiß Druck und € 610,- für eine farbige Annonce.<sup>124</sup> Des Weiteren können 2500 Flyer für einen Preis von € 40,- gedruckt werden<sup>125</sup>, 10 Plakate

---

<sup>122</sup> [www.avi-fachmedienservice.de](http://www.avi-fachmedienservice.de), Zugriff v. 15.06.2014

<sup>123</sup> [www.efiliale.de](http://www.efiliale.de), Zugriff v. 15.06.2014

<sup>124</sup> [www.avi-fachmedienservice.de](http://www.avi-fachmedienservice.de), Zugriff v. 15.06.2014

<sup>125</sup> [www.print24.com/de](http://www.print24.com/de), Zugriff v. 16.06.2014

im 18/1 Format kosten ca. € 550,-.<sup>126</sup> Die Papierauflagen auf den Speisetablets im DIN-A4 Format können über die Firmendrucker gedruckt werden.

Insgesamt würden diese Maßnahmen € 1780,- betragen. Ein Puffer sollte jedoch berücksichtigt werden, weswegen mit € 2500,- kalkuliert werden soll.

### **6.2.6 Erfolgsmessung**

Die Erarbeitung dieser Maßnahmenvorschläge soll zu einer Neukundengewinnung in den Bezirken Ober- und Niederbayern beitragen.

Werden diese Handlungsempfehlungen umgesetzt, muss auch kontrolliert werden, ob sich diese bewähren und zu einer Erweiterung des Kundenstammes beitragen. Daher ist es wichtig zu analysieren, welche Erfolge durch die Maßnahmen erzielt wurden und ob diese beibehalten werden können. Zudem sollten auch Verbesserungen und Änderungen nicht ausgeschlossen werden.

Kann ein Erfolg festgestellt werden ist es umso wichtiger, die Beziehung zu den Kunden zu pflegen, um diese an das Unternehmen alpetour zu binden und immer wieder für eine Klassenfahrt gewinnen zu können.

---

<sup>126</sup> [www.maxxprint.de](http://www.maxxprint.de), Zugriff v. 16.06.2014



## 7. Schlussfolgerungen und Ausblick

Anhand der ermittelten Umfrage- und Interviewergebnisse wurde deutlich, dass die Mehrheit der Klassenfahrten in Ober- und Niederbayern noch selbstständig oder nur teilweise über einen Reiseveranstalter organisiert wird. Dabei finden die Fahrten vermehrt in der Mittel- und Oberstufe statt. Klassenfahrten sind dazu da, um die Gemeinschaft zu stärken und ein gemeinsames Erlebnis mit der Gruppe zu teilen.

Trotz der Führungsposition der Firma alpetour im Klassenfahrtenmarkt besteht durchaus noch ein großes Potenzial nach oben. Die Regierungsbezirke Ober- und Niederbayern sind nur gering vertreten, weshalb es wichtig ist diese zum neuen Kundenstamm zählen zu können. Umso bedeutender ist die gezielte Ansprache und Kundenakquise an den Schulen, wie im letzten Kapitel beschrieben wurde.

Die zu Beginn formulierten Ziele wurden mit dieser Arbeit erreicht. Es wurde Mittels der beiden Befragungsmethoden ein Überblick gegeben, durch welche Schritte der genaue Planungsprozess einer Klassenfahrt gekennzeichnet ist und welche Buchungsart gewählt wird.

Es wurden zum Teil Ergebnisse ermittelt, die überraschend oder unerwartet waren. Beispielsweise ist es erstaunlich, dass über die Hälfte der Befragten die gesamte Fahrt eigenständig organisieren und fremde Hilfe nicht in Anspruch nehmen. Daneben war es bei einer Befragten der Fall, dass diese nicht einmal Kenntnis über diese Organisationsvariante für Klassenfahrten hatte.<sup>127</sup> Außerdem gab es nur eine einzige Lehrerin, die ihre Reisen bereits über den Reiseveranstalter alpetour gebucht hat und dies wieder tun wird.<sup>128</sup>

Es besteht daher die Notwendigkeit mehr Kunden aus den oben genannten Bezirken für den Veranstalter zu überzeugen. Durch die vorgeschlagenen Maßnahmen soll die gezielte Neukundenakquise erreicht werden. Eine Steigerung der Neukundenanzahl trägt ebenso zur Marktanteilssteigerung bei. Damit kann sich alpetour wieder etwas mehr von der Konkurrenz abheben und andere Touristikunternehmen in den Schatten stellen.

---

<sup>127</sup> vgl. Wagenbrenner, Interview 5, siehe Anhang S.85

<sup>128</sup> vgl. Wimmer, Interview 7, siehe Anhang S. 89 f.

Während der Forschungsphase galt es ein paar Herausforderungen zu meistern. Da der Bearbeitungszeitraum für die Bachelorarbeit von April bis Juni festgelegt wurde, waren die Lehrer mitten unter den Prüfungsvorbereitungen. Daher wurden auch ein paar Absagen für Interviews erteilt. Trotz der spezifischen Zielgruppe, konnten dennoch 98 Teilnehmer für die Umfrage und 15 für die Interviews motiviert werden. Wäre die Arbeit nicht in die Prüfungsmonate gefallen, hätte man sicher noch mehr Befragungen durchführen können.

Durch die Online-Befragung kontaktierte eine Berufsschule den Verfasser, die sehr an den Ergebnissen interessiert ist. An dieser Schule trat in den letzten Jahren verstärkt der Alkoholmissbrauch auf Klassenfahrten auf. Es wurde sogar eine Arbeitsgruppe an der Schule gegründet, die sich speziell mit diesem Thema befasst. Diesen Fall könnte man anhand einer weiteren Forschungsarbeit behandeln. Dabei könnten Gründe für dieses Verhalten auf Schulfahrten untersucht und Maßnahmen zur Vorbeugung dieser Situationen ermittelt werden.

Darüber hinaus ist es interessant zu analysieren, ob die vorgeschlagenen Maßnahmen zur Neukundengewinnung beigetragen haben. Diese Studie kann Anhaltspunkt sein, um das Einzugsgebiet auf ganz Bayern zu erweitern und für das Bundesland ebenso einen Maßnahmenplan aufzustellen. Damit würde auch eine höhere Repräsentativität sichergestellt werden.

Abschließend kann festgehalten werden, dass diese Thematik für Reiseveranstalter von großer Bedeutung ist. Neukundenakquise ist ebenso wichtig wie die Stammkundenbetreuung.

Diese Arbeit wurde zwar für den Veranstalter alpetour angefertigt, jedoch müssen sich auch weitere Gruppenreiseanbieter von der Konkurrenz absetzen und neue Kunden gewinnen. Diese Handlungsmaßnahmen können weitere Touristikunternehmen, insbesondere Klassenfahrtenanbieter, anregen, deren Produktgestaltung und Kundenbindung zu überdenken.

Um Situationen wie eine Insolvenzanmeldung zu vermeiden, ist der Kontakt zum Kunden und die Auslegung der Produkte nach dessen Wünsche unabdingbar, um die Existenz des Unternehmens langfristig sicher zu stellen.

# Literaturverzeichnis

## Fachliteratur:

Dettmer (Hrsg.), Harald: Marketing-Management im Tourismus. München 2011.

Fantapié Altobelli, C./ Hoffmann, S.: Grundlagen der Marktforschung. Konstanz 2011.

Foscht, Thomas/ Swoboda, Bernhard: Käuferverhalten. 3. Auflage, Wiesbaden 2007.

Freyer, Walter: Tourismusmarketing. 5. Auflage, München 2007. Hier evtl auf das ganz neue Buch von Amazon warten

Freyer, Walter: Tourismusmarketing. 7. Auflage, München 2011. Ebenfalls siehe oben!

Fuchs, Wolfgang/ Mundt, Jörn W./ Zollondz, Hans Dieter: Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger. München 2008.

Führich, Ernst: Basiswissen Reiserecht. 2. Auflage, München 2011.

Gerke, Thorsten: Tourismuswerbung. Landsberg am Lech 2006.

Hahn, Heinz (Hrsg.)/ Kagelmann, H. Jürgen (Hrsg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. München 1993.

Hesse, Jürgen/ Neu, Matthias/ Theuner, Gabriele: Marketing. 2. Auflage, Berlin 2007.

Kirstges, Torsten: Grundlagen des Reisemittler- und Reiseveranstaltermanagements. 2. Auflage, München 2014.

Koch, Jörg: Marktforschung. 6. Auflage, München 2012.

Opaschowski, Horst W.: Einführung in die Freizeitwissenschaft. 5. Auflage, Wiesbaden 2008.

Schneider, Willy: Marketing-Forschung und Käuferverhalten: effiziente Beschaffung und Analyse von Markt- und Kundeninformationen. München 2013.

## Internetquellen:

Alpetour: Berlin. <http://www.alpetour.de/klassenfahrten-jugendgruppen/angebote/berlin-5-tage-klassenfahrt-inkl-busreise/>, Zugriff v. 10.06.2014,

alpetour: Firmengeschichte. <http://www.alpetour.de/firmengeschichte/>, Zugriff v. 10.04.2014.

alpetour: Firmenportrait. <http://www.alpetour.de/firmenportraet/>, Zugriff v. 10.06.2014.

A.V.I Allgemeine Verlags- und Informationsgesellschaft: Bayerische Schule. <http://www.avi-fachmedienservice.de/medien-lehrer-schule/verbandszeitschriften/bayerische-schule.html>, Zugriff v. 15.06.2014.

Deutsche Post eFiliale: Briefmarken.

<https://www.efiliale.de/efiliale/katalog/produktKategorie.jsp?Item=cat22920109&deepLink=true>, Zugriff v. 15.06.2014

Dornetshuber, Andrea: Gruppenreisen. <http://soziologie.soz.uni-linz.ac.at/sozthe/freitour/FreiTour-Wiki/Gruppenreisen.htm>, Zugriff v. 09.06.2014.

Faust, Achim: 2013 ist das Pleitejahr für Reiseveranstalter.

<http://www.derwesten.de/reise/2013-ist-das-pleitejahr-fuer-reiseveranstalter-id8689739.html>, Zugriff v. 16.06.2014.

Ganster, Monika: Reiseveranstalter GTI Travel ist insolvent.

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/tuerkeiurlauber-reiseveranstalter-gti-travel-ist-insolvent-12208233.html>, Zugriff v. 16.06.2014.

Gesellschaftsreisen/Gruppenreisen/Reisegruppen.

<http://www.50plus.at/gesellschaftsreisen/gruppenreisen.htm>, Zugriff v. 09.06.2014.

Maxxprint: <http://www.maxxprint.de/posterdruck-plakatdruck/18-1-megaposter.html>,

Zugriff v. 16.06.2014

Onlinemarketing-Praxis: Definition Guerilla-Marketing. <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/guerilla-marketing>, Zugriff v. 15.06.2014.

Print24: <http://print24.com/de/>, Zugriff v. 16.06.2014.

Statista: Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt 2013.

<http://de.statista.com/statistik/studie/id/20319/dokument/daten-zur-tourismusbranche-2013/>, Zugriff v. 20.05.2014.

Statista: ITB World Travel Trends Report 2013/2014.

<http://de.statista.com/statistik/studie/id/19612/dokument/studie-zur-weltweiten-tourismusbranche/>, Zugriff v. 20.05.2014.

Statista: Marktforschungsbericht 2013: Fakten und Trends im Bustourismus.

<http://de.statista.com/statistik/studie/id/16654/dokument/fakten-und-trends-im-bustourismus-2013/>, Zugriff v. 20.05.2014

Umfrage Online: Online Umfragen erstellen. [www.umfrageonline.com](http://www.umfrageonline.com), Zugriff v.

01.05.2014.

### **Dissertationen/Hochschularbeiten:**

Folger, Caroline: Die Altersgruppe der 40-55 als potentielle Zielgruppe für Studien- und Gruppenreiseveranstalter am Beispiel der via cultus Internationale Gruppen- und Studienreisen GmbH. Karlsruhe 2010.

Lopez Pastorini, Alberto: Sportvereine im Tourismus. Köln 2004.

---

# Anlagen

## **Anhang 1: Anschreiben und Fragebogen**

### **Anschreiben:**

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Zuge der Erstellung meiner Bachelorarbeit möchte ich Sie um Ihre Unterstützung bitten.

Mein Name ist Karina Bleck und ich studiere im 6. Semester Tourismusmanagement an der Hochschule Mittweida.

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich, welche Auswahlkriterien bei der Planung und Durchführung einer Klassenfahrt relevant sind.

Um genaue Ergebnisse zu erhalten, möchte ich Sie bitten, sich ca. 10-15 Minuten Zeit zu nehmen und unter nachfolgendem Link einen Fragebogen auszufüllen.

**Bitte beantworten Sie den Bogen nur, wenn Sie in den letzten 2-3 Jahren eine mehrtägige Klassenfahrt durchgeführt haben.**

Um die Online-Umfrage rechtzeitig auswerten zu können, wird diese bis zum

**28. Mai 2014**

freigeschaltet sein.

Ihre Angaben dienen ausschließlich meiner Bachelorarbeit und werden vertraulich behandelt.

Link zur Umfrage: <https://www.umfrageonline.com/s/3b60223>

Ich freue mich auf Ihre Rückmeldung. Sollten Sie Fragen haben, können Sie sich natürlich jederzeit direkt an mich wenden:

Karina Bleck  
Tel.: 08671-70349  
Mobil: 0171-8464640  
E-Mail: [karina.bleck@web.de](mailto:karina.bleck@web.de)

Für Ihre Mithilfe möchte ich mich bereits im Voraus recht herzlich bedanken!

Freundliche Grüße

Karina Bleck

**Fragebogen:****1. Für welche Klassenstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

- ☐ 1. - 4. Klasse
- ☐ 5. - 7. Klasse
- ☐ 8. - 10. Klasse
- ☐ 11. - 12. Klasse
- ☐ Sonstige

**2. Für wie viele Teilnehmer wurde die Fahrt organisiert?****3. Welche Art von Klassenfahrt haben Sie durchgeführt?**

- ☐ Schullandheim
- ☐ Schüleraustausch
- ☐ Abschlussfahrt
- ☐ Skifahrt
- ☐ Studienfahrt
- ☐ Sport- und Aktivreise
- ☐ Sprachreise
- ☐ Städtereise
- ☐ Beschreibung des Reiseprogramms:

**4. Wohin sind Sie verreist?**

Ich bin innerhalb Deutschlands verreist, nach:

Ich bin ins Ausland verreist, nach:

**5. Wie viele Tage sind Sie verreist?****6. Wie viele Schultage waren von der Fahrt betroffen?****7. Welches Verkehrsmittel haben Sie für die Anreise benutzt? (Mehrfachantworten möglich)**

- ☐ Bus
- ☐ Bahn
- ☐ Flugzeug
- ☐ Sonstiges

**8. Welche Informationsquellen nutzen Sie um sich über mögliche Reiseziele zu informieren? (Mehrfachantworten möglich)**

- ☐ Kataloge von Reiseveranstaltern, die im Lehrerzimmer ausliegen.
- ☐ Internet
- ☐ Empfehlungen von Kollegen
- ☐ Wir fahren immer in das gleiche Reiseziel.
- ☐ Sonstiges

**9. Warum führen Sie eine Klassenfahrt durch? (Mehrfachantworten möglich)**

- ☐ Eine Klassenfahrt hat eine lange Tradition an unserer Schule.
- ☐ Eine Klassenfahrt ist im Lehrplan vorgesehen.
- ☐ Stärkung der Klassengemeinschaft
- ☐ Lernpädagogischer Hintergrund
- ☐ Festigung der Beziehung Lehrer-Schüler
- ☐ gemeinsames Gruppenerlebnis
- ☐ Sonstiges

**10. Wer organisiert die Klassenfahrten an Ihrer Schule?**

- ☐ Es gibt eine Lehrkraft, die alle Klassenfahrten organisiert.
- ☐ Der jeweilige Klassenlehrer organisiert die Fahrt.
- ☐ Anmerkungen:

**11. Wer trifft die Entscheidung über folgende Faktoren?**

	Schulforum	Schulleiter	Lehrer	Schüler	Eltern
Erlaubnis für eine Schulfahrt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festlegung des Reiseziels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festlegung des Reiseterrains	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Budget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Art der Fahrt (z.B. Ski-fahrt, Sprachreise)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**12. Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?**

	stimme sehr zu	stimme zu	stimme weniger zu	stimme nicht zu
Die Höhe des Reisepreises spielt eine bedeutende Rolle.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da ich Sprachen / Sport / Biologie etc. unterrichte, sollen die Fahrt und der Zielort auch danach ausgerichtet werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Auswahl der Aktivitäten vor Ort ist mir besonders wichtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Anreiseweg vom Heimatort zum Zielgebiet sollte möglichst kurz sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da ich im Zielgebiet selbst schon vor Ort war, möchte ich auch mit meiner Gruppe dorthin fahren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Reiseziel steht für mich von Anfang an fest und lässt sich auch nicht mehr ändern.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13. Was ist Ihnen bei der Auswahl der Unterkunft wichtig? (Mehrfachantworten möglich)**

- ☐ Dusche/WC auf den Zimmern
- ☐ Verpflegung
- ☐ Herzlichkeit der Hausleitung
- ☐ Ausstattung der Unterkunft (z.B. Schwimmbad, großer Aufenthaltsraum, Hausdisco)
- ☐ gute öffentliche Verkehrsanbindung im Ort
- ☐ Einkaufsmöglichkeiten
- ☐ Ausgeh- und Freizeitmöglichkeiten im Ort und in der Umgebung
- ☐ Die Gruppe soll alleine im Haus sein.
- ☐ weitere Auswahlkriterien:

**14. Wann beginnen Sie mit der Planung und Organisation der Klassenfahrt?**

- ☐ Die Klassenfahrt wird nicht von mir geplant.
- ☐ 1 - 3 Monate vor Reiseantritt
- ☐ 4 - 6 Monate vor Reiseantritt

- ☐ 7 - 12 Monate vor Reiseantritt
- ☐ 1 Jahr und länger
- ☐ Anmerkungen

**15. Haben Sie die letzte Klassenfahrt über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter organisiert?** (Wenn JA oder TEILWEISE, weiter mit Frage 18. Wenn NEIN, weiter mit Frage 16.)

- ☐ Ja, ich habe über ein/en Reisebüro/Veranstalter gebucht.
- ☐ Teilweise (Ich habe die Unterkunft etc. über einen Reiseveranstalter gebucht, die Anreise habe ich selbst organisiert.)
- ☐ Nein, ich habe die Reise selbstständig organisiert.

**16. Was sind die Gründe für eine selbstorganisierte Klassenfahrt? (Mehrfachantworten möglich)**

- ☐ Die Schule hat ihre Fahrten schon immer selbstständig geplant.
- ☐ Selbstorganisation ist kostengünstiger als eine Buchung über einen Reiseveranstalter
- ☐ mehr Gestaltungsmöglichkeiten beim Programm der Klassenfahrt
- ☐ Wir fahren traditionell immer in die gleiche Unterkunft/Zielgebiet.
- ☐ weitere Gründe

**17. Mit welchen Herausforderungen wurden Sie bei der Planung konfrontiert? (Mehrfachantworten möglich)**

- ☐ Zielfindung
- ☐ Festlegung des Termins
- ☐ freie Verfügbarkeit des Zielgebiets
- ☐ Budgeteinhaltung
- ☐ Reisekostenerstattung der Begleitpersonen
- ☐ Formalia (z.B. Einwilligung der Eltern/Schüler)
- ☐ Einhaltung von Stornofristen
- ☐ Versicherungsfragen (z.B. DLRG-Schein, Übungsleiterschein)
- ☐ Finden einer Lehrkraft als Begleitperson
- ☐ Weitere:

**18. Würden Sie in Erwägung ziehen die nächste Klassenfahrt auch über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter zu buchen?**

- ☐ ja
- ☐ nein
- ☐ vielleicht

**19. Was ist Ihnen bei der Buchung über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter wichtig?**

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	nicht wichtig
persönlicher Ansprechpartner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kompetenz und Beratung des Ansprechpartners	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freundlichkeit des Ansprechpartners	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24h Erreichbarkeit während der Reise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitersparnis bei der Organisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vielfalt an Reiseprogrammen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erhalt umfassender Reiseunterlagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preis-Leistungs-Verhältnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freiplätze	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kulante Stornoregelung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zusatzangebote (z.B. Reiserücktrittsversicherung bei Krankheit eines Teilnehmers)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**20. Würden Sie Ihren Kollegen, die eine Klassenfahrt planen, empfehlen diese über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter zu planen?**

- ☐ ja
- ☐ nein
- ☐ vielleicht
- ☒ weiß ich nicht

**21. Wie viel darf eine Klassenfahrt an Ihrer Schule maximal pro Person kosten?**

- ☐ bis € 200,-
- ☐ € 250,- bis € 300,-
- ☐ € 350,- bis € 400,-
- ☐ € 450,- bis € 500,-
- ☐ € 500,- und mehr

**22. Gibt es für jede Art von Klassenfahrt (z.B. Schullandheim, Austausch etc.) unterschiedliche Budgetvorgaben?**

**Welche Kriterien werden bei der Budgetvergabe besonders beachtet?**

**23. Womit wird die Fahrt zusätzlich finanziert? (Mehrfachantworten möglich)**

- ☐ Wir erhalten keine Zuschüsse.
- ☐ Zuschüsse vom Förderverein
- ☐ Zuschüsse von der Gemeinde
- ☐ Kuchenverkauf oder Ähnliches an der Schule
- ☐ Elternbeirat
- ☐ Kooperationspartner der Schule (z.B. Sportverband, Landesverband)
- ☐ Sonstiges:

**24. In welcher Höhe liegen die Zuschüsse pro Person und Tag?****25. An welcher Schule sind Sie als Lehrer tätig?**

- ☐ Hauptschule
- ☐ Realschule
- ☐ Gymnasium
- ☐ Berufsschule
- ☐ Sonstige

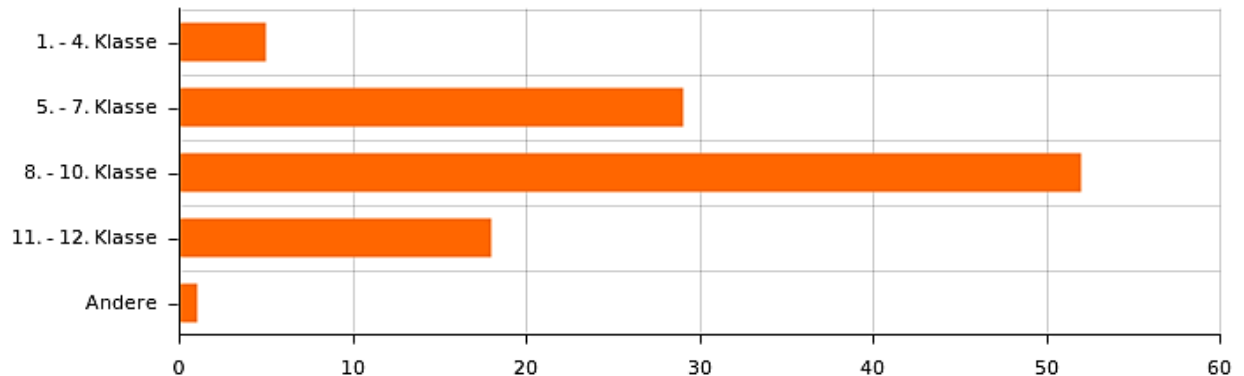
**26. Welche Fächer unterrichten Sie?****27. Sie sind**

- ☐ männlich    ☐ weiblich

**28. Wie alt sind Sie?****29. Aus welchem Landkreis kommen Sie?****30. Die ersten drei Ziffern Ihrer Postleitzahl lauten:**

## Anhang 2: Auswertung des Umfragebogens

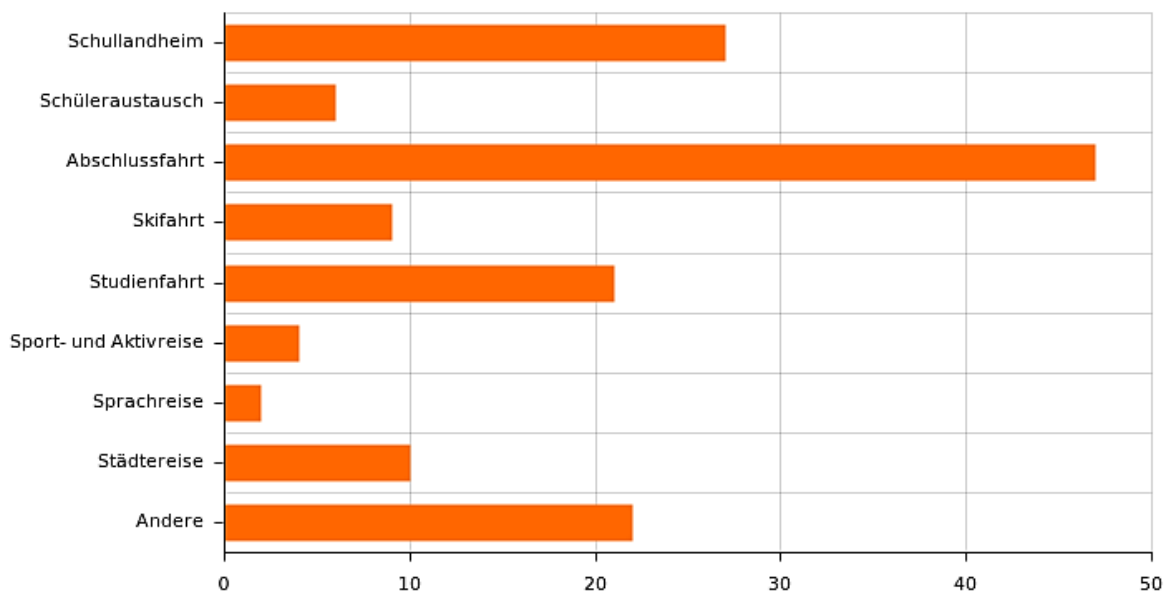
### 1. Für welche Klassenstufe haben Sie die letzte Fahrt organisiert? (x=Anzahl der Teilnehmer)



### 2. Für wie viele Teilnehmer wurde die Fahrt organisiert?

Diese Frage haben 94 Teilnehmer beantwortet. Dabei wurde eine Fahrt im Durchschnitt für 42 Teilnehmer organisiert. Die niedrigste genannte Teilnehmerzahl ist 15, die höchste 200.

### 3. Welche Art von Klassenfahrt haben Sie durchgeführt? (x=Anzahl der Teilnehmer)



Unter dem Reiter „Andere“ konnte eine Programmbeschreibung der Fahrt abgegeben werden. Dabei waren die häufigsten Antworten, dass Sightseeing-Touren, Stadt- und Hafenrundfahrten, Freizeitparks und Wanderungen während der Fahrt durchgeführt wurden.

#### 4. Wohin sind Sie verreist?

58 von 98 Teilnehmern sind innerhalb Deutschlands verreist. Die häufigsten Zielgebietsnennungen waren Berlin, Hamburg, der Bayerische Wald sowie Prien am Chiemsee, Lenggries und Berchtesgaden.

Die restlichen 40 Teilnehmer sind ins Ausland verreist. Die häufigsten Zielgebietsnennungen waren Rimini, Rom, Wien, Prag, Barcelona und Paris. Die Insel Mauritius war das weit entfernteste Reiseziel, welches angegeben wurde.

#### 5. Wie viele Tage sind Sie verreist?

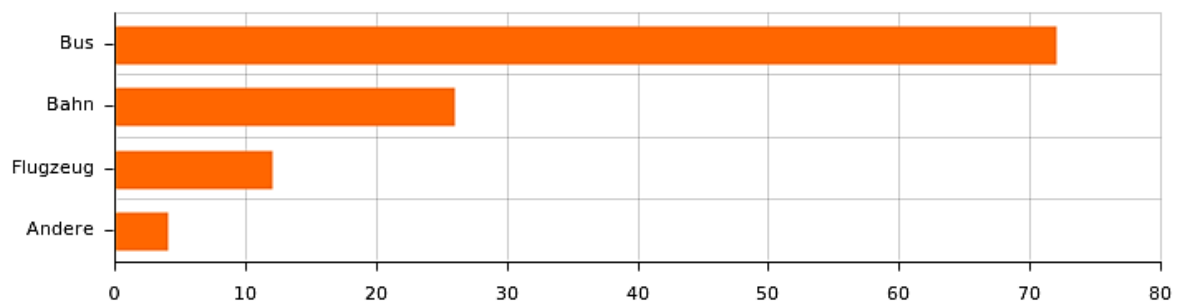
Diese Frage wurde von 97 Teilnehmern beantwortet. Die durchschnittliche Reisedauer liegt bei 5 Tagen. Der kürzeste Aufenthalt dauerte nur 2 Tage, der längste 23 Tage.

#### 6. Wie viele Schultage waren von der Fahrt betroffen?

Diese Frage haben 96 Teilnehmer beantwortet. Im Schnitt waren 4,56 also rund 5 Schultage betroffen. Daher ist davon auszugehen, dass die Klassenfahrten während der Unterrichtszeit durchgeführt werden.

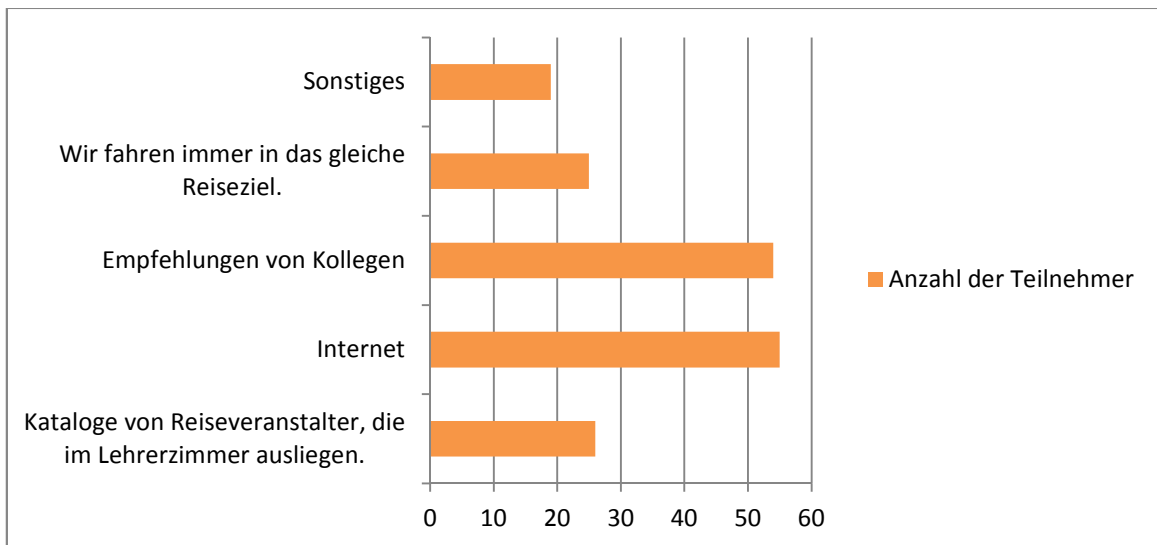
#### 7. Welche Verkehrsmittel haben Sie für die Anreise benutzt? (Mehrfachantworten möglich)

(x=Anzahl der Teilnehmer)



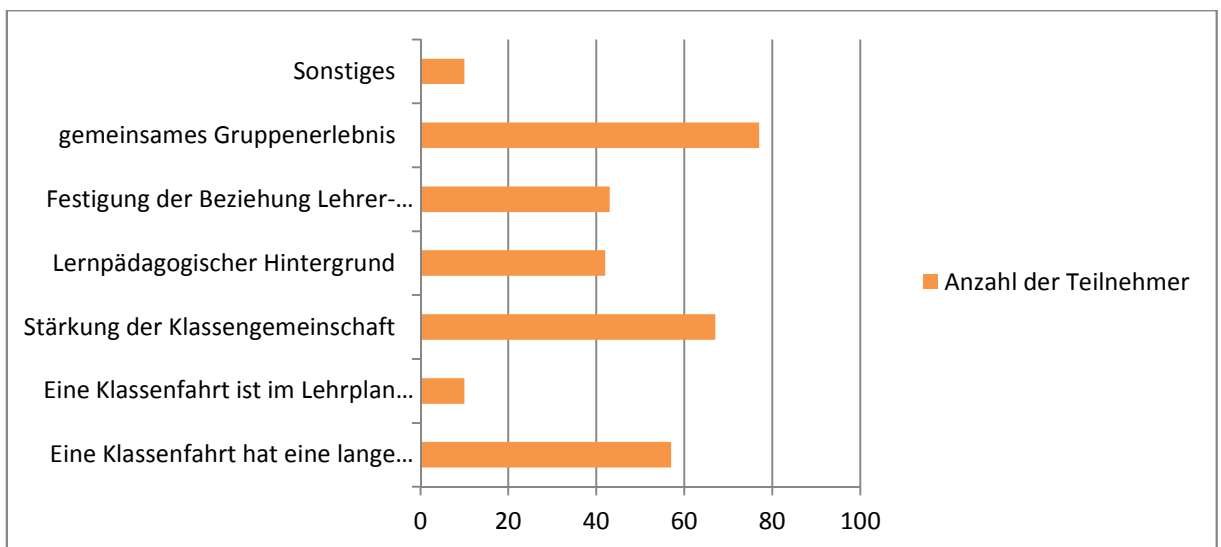
Unter dem Reiter „Andere“ konnten zusätzliche Informationen aufgeführt werden. So wurde beispielsweise angegeben, dass Angebot der Deutschen Bahn wie das Quer-durchs-Land-Ticket genutzt wurde und auch die öffentlichen Verkehrsmittel vor Ort zur Anreise verwendet wurden.

### 8. Welche Informationsquellen nutzen Sie um sich über mögliche Reiseziele zu informieren? (Mehrfachantworten möglich)

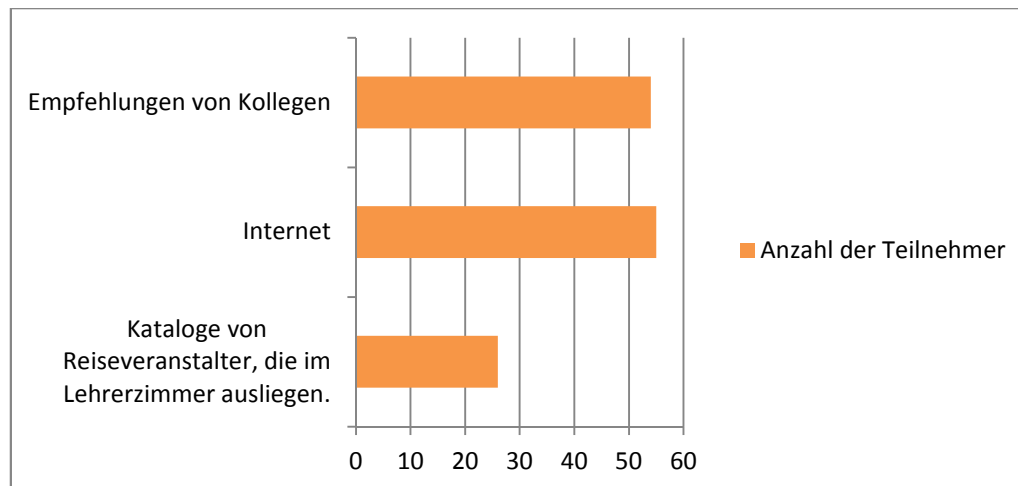


Unter dem Optionsfeld „Sonstiges“ gaben viele Lehrer an, dass sie bereits mehrmals vor Ort waren und sich daher nicht mehr informieren müssen. Daneben werden auch Flyer von Jugendherberge oder Angebote von Busunternehmen genutzt.

### 9. Warum führen Sie eine Klassenfahrt durch? (Mehrfachantworten möglich) (x=Teilnehmer)



### 10. Wer organisiert die Klassenfahrt an Ihrer Schule?



Einige Lehrkräfte gaben an, dass unter anderem Studienfahrten und Austauschprogramme jeweils von derselben Person oder einem Fachlehrer organisiert werden.

### 11. Wer trifft die Entscheidung über folgende Faktoren? (Zahlenangabe=Teilnehmerzahl)

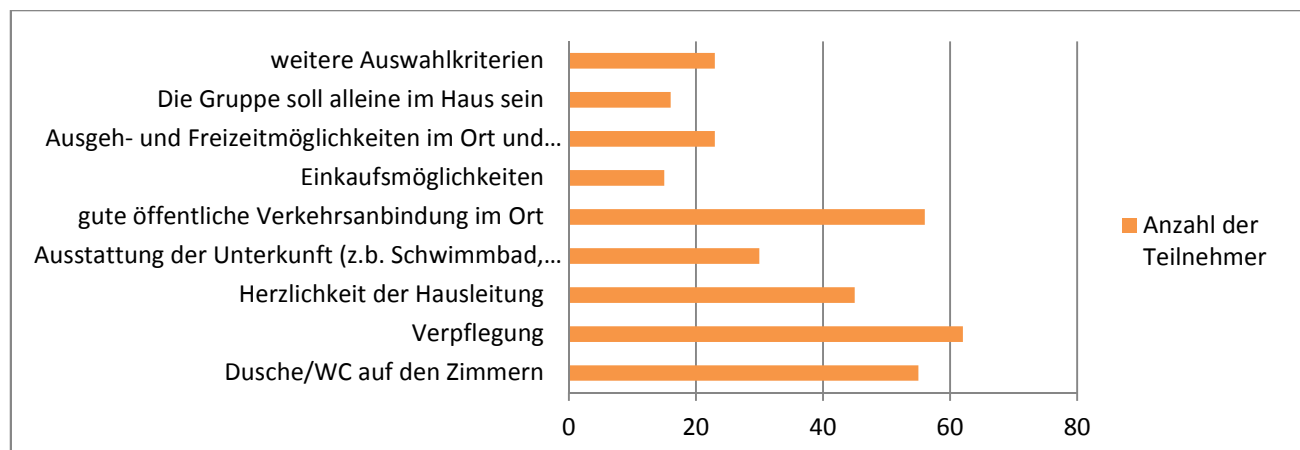
	Schulforum	Schulleiter	Lehrer	Schüler	Eltern
Erlaubnis für eine Schulfahrt	10	79	5	0	0
Festlegung des Reiseziels	2	4	73	13	0
Festlegung des Reiseterrains	1	31	62	0	0
Budget	10	13	57	3	10
Art der Fahrt (z.B. Skifahrt, Sprachreise)	9	16	64	2	1

### 12. Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Zahlenangabe=Teilnehmerzahl)

	stimme sehr zu	stimme zu	stimme weniger zu	stimme nicht zu
Die Höhe des Reisepreises spielt eine bedeutende Rolle	53	40	1	1
Da ich Sprachen/Sport etc. unterrichte, sollen die Fahrt und der Zielort auch danach ausgerichtet werden.	18	24	35	14
Die Auswahl der Aktivitäten vor Ort ist mir besonders wichtig.	52	39	3	1
Der Anreiseweg vom Heimatort zum Zielgebiet sollte möglichst kurz sein.	9	37	35	12
Da ich im Zielgebiet selbst schon vor Ort war, möchte ich auch mit meiner Gruppe dorthin fahren.	17	30	31	14
Das Reiseziel steht für mich von Anfang an fest und lässt sich auch nicht mehr ändern.	10	40	14	31

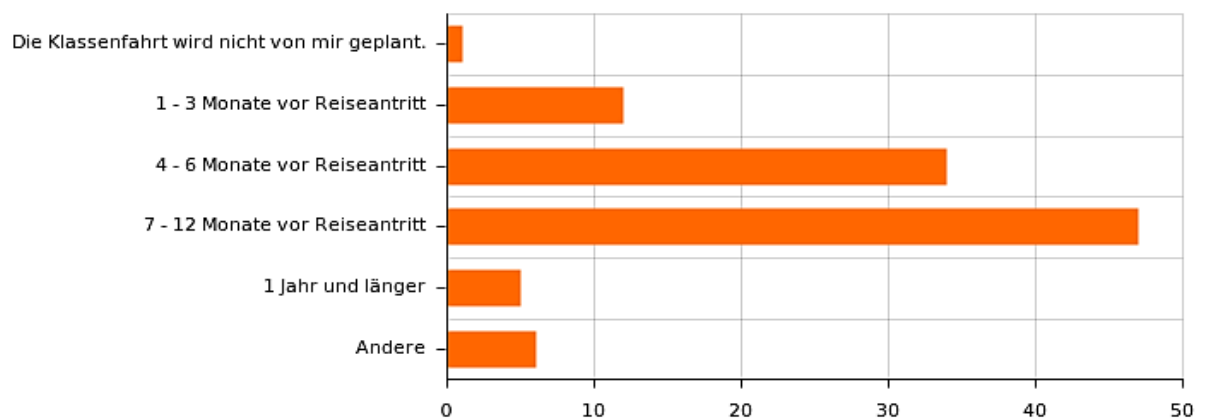


### 13. Was ist Ihnen bei der Auswahl der Unterkunft wichtig?



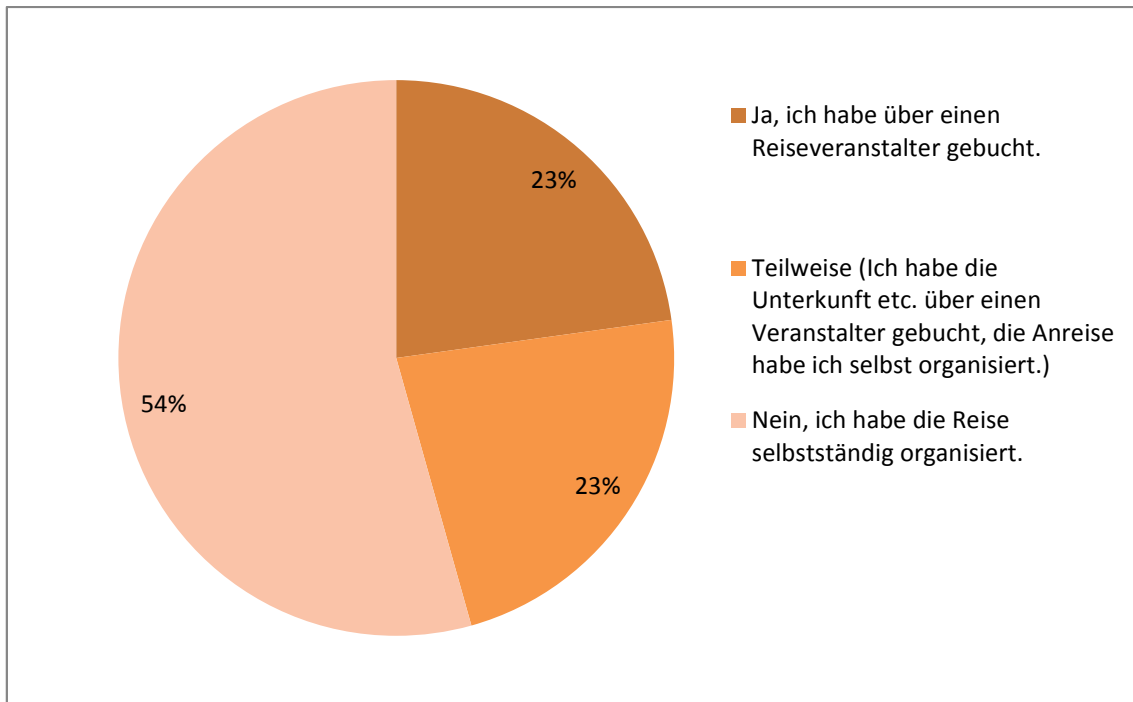
Weitere Kriterien die für die Auswahl der Unterkunft wichtig sind, sind Sauberkeit, ein attraktives Kulturangebot, ein gutes Preis-Leistungsverhältnis, eine zentrale Lage der Unterkunft sowie die Möglichkeit für diverse Freizeitaktivitäten.

### 14. Wann beginnen Sie mit der Planung und Organisation der Klassenfahrt? (x= Anzahl der Teilnehmer)

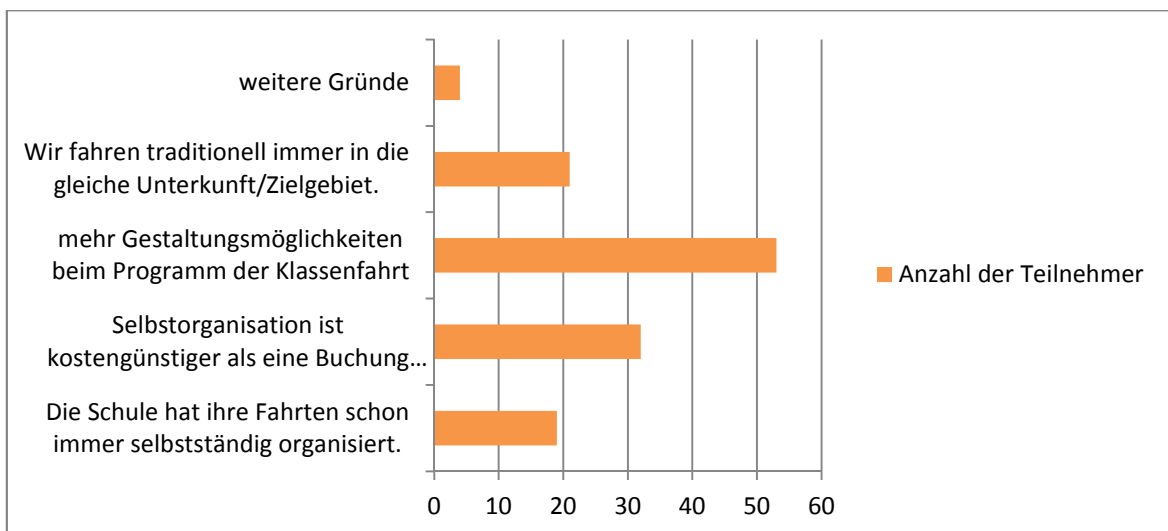


Daneben hängt die Planung auch von der Art der Fahrt ab. Wird eine kürzere Reise organisiert, beginnt man nicht so früh mit der Planung, als bei längeren Aufenthalten. Möchte man zu beliebten Monaten, wie zum Beispiel im Sommer fahren, muss die Planung sehr früh beginnen.

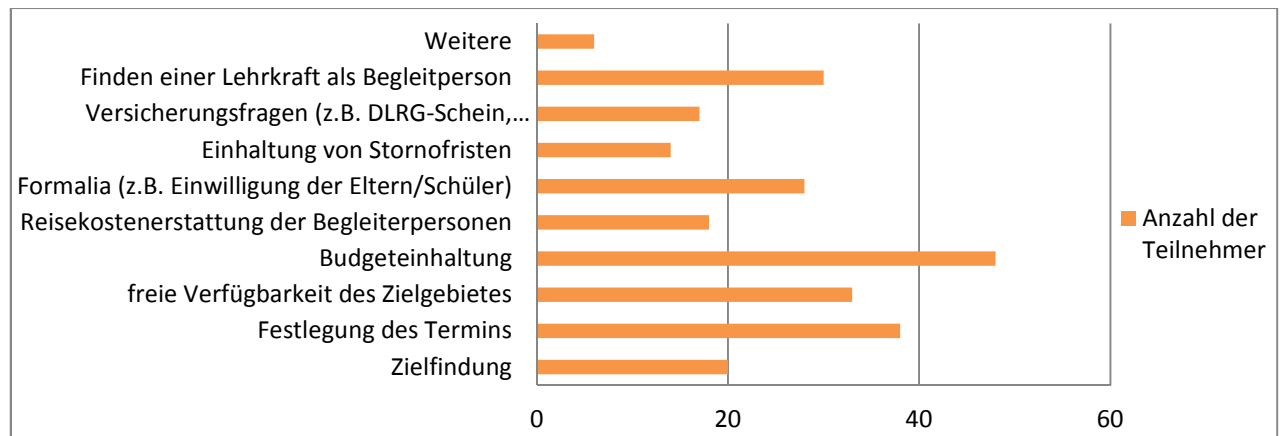
**15. Haben Sie die letzte Klassenfahrt über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter gebucht? (Wenn JA oder TEILWEISE, weiter mit Frage 18. Wenn NEIN, weiter mit Frage 16.)**



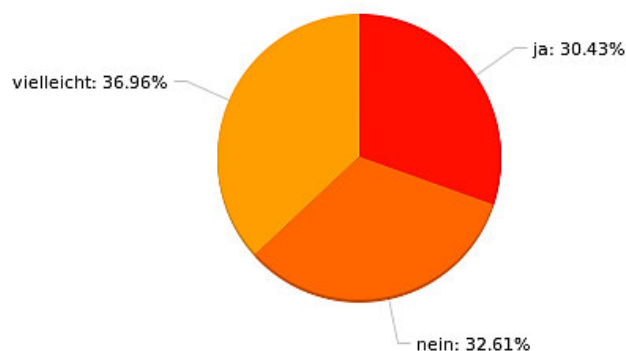
**16. Was sind die Gründe für eine selbstständig organisierte Klassenfahrt? (Mehrfachantworten möglich)**



**17. Mit welchen Herausforderungen wurden Sie bei der Planung konfrontiert?  
(Mehrfachantworten möglich)**



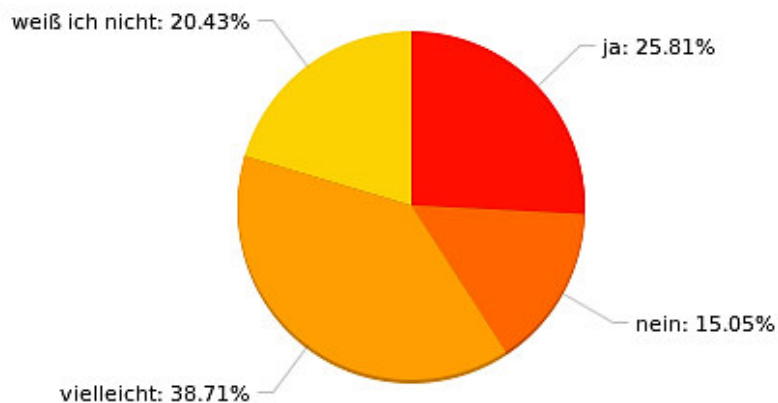
**18. Würden Sie in Erwägung ziehen die nächste Klassenfahrt auch über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter zu buchen?**



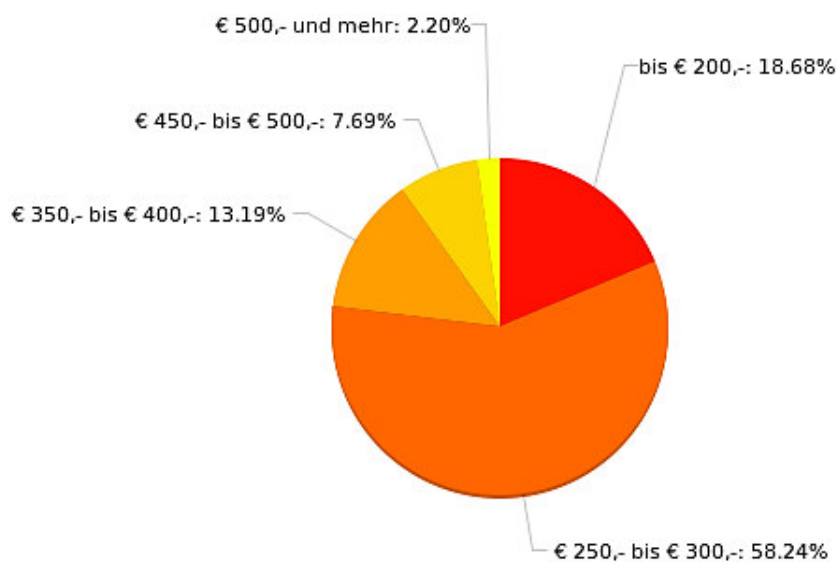
**19. Was ist Ihnen bei der Buchung über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter wichtig?  
(Zahlenangabe=Teilnehmerzahl)**

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	nicht wichtig
persönlicher Ansprechpartner	49	28	7	0
Kompetenz und Beratung des Ansprechpartners	61	23	0	0
Freundlichkeit des Ansprechpartners	36	35	7	2
24h Erreichbarkeit während der Reise	16	22	37	7
Zeitersparnis bei der Organisation	32	35	11	4
Vielfalt an Reiseprogrammen	19	45	14	2
Erhalt umfassender Reiseunterlagen	25	38	17	1
Preis-Leistungs-Verhältnis	55	23	2	1
Freiplätze	21	30	20	8
kulante Stornoregelung	41	32	6	2
Zusatzangebote (z.B. Reiserücktrittsversicherung bei Krankheit eines Teilnehmers)	35	33	9	5

**20. Würden Sie ihren Kollegen, die eine Klassenfahrt planen, empfehlen, diese über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter zu planen?**



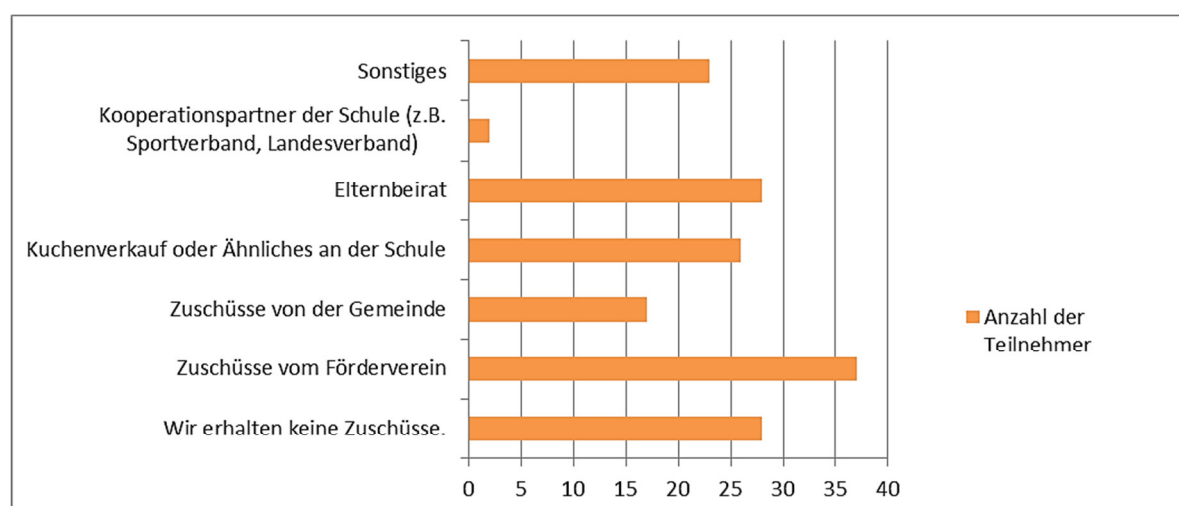
**21. Wie viel darf eine Klassenfahrt an Ihrer Schule maximal pro Person kosten?**



**22. Gibt es für jede Art von Klassenfahrt (z.B. Schullandheim, Austausch etc.) unterschiedliche Budgetvorgaben?**

Diese Frage wurde von 50 Teilnehmern beantwortet. Die Antworten fielen dabei sehr unterschiedlich aus. Die meist genannten Antworten waren, dass die Kosten von der Aufenthaltsdauer und dem angestrebten Ort abhängig sind. Daneben weist ein Schüleraustausch in die USA mit Flugreise einen höheren Betrag auf, als eine Fahrt ins Schullandheim. Einige Lehrer gaben zusätzlich noch an, dass das Budget so gering wie möglich gehalten werden sollte, da es auch einige Schüler gibt, die auf Zuschüsse angewiesen sind.

### 23. Womit wird die Fahrt zusätzlich finanziert? (Mehrfachantworten möglich)

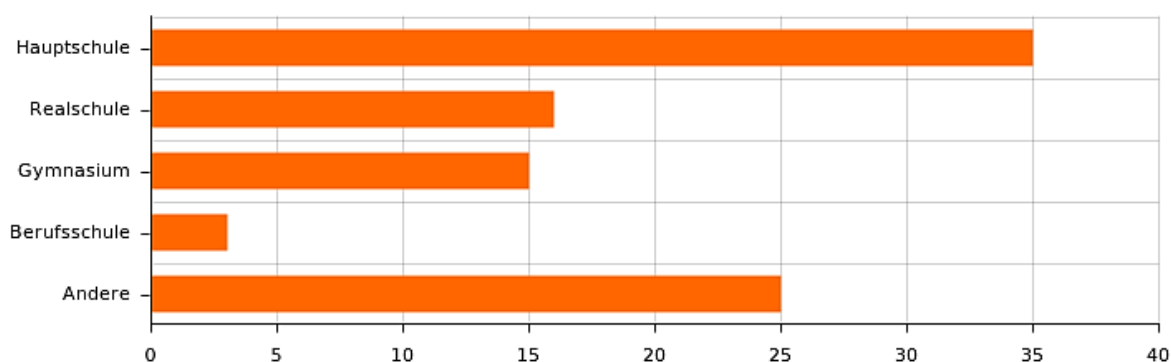


Im Optionsfeld „Sonstiges“ wurde angegeben, dass auch Diakonien oder Pfarreien Zuschüsse gewähren, ebenso das Landrats- oder Jugendamt.

### 24. In welcher Höhe liegen die Zuschüsse pro Tag?

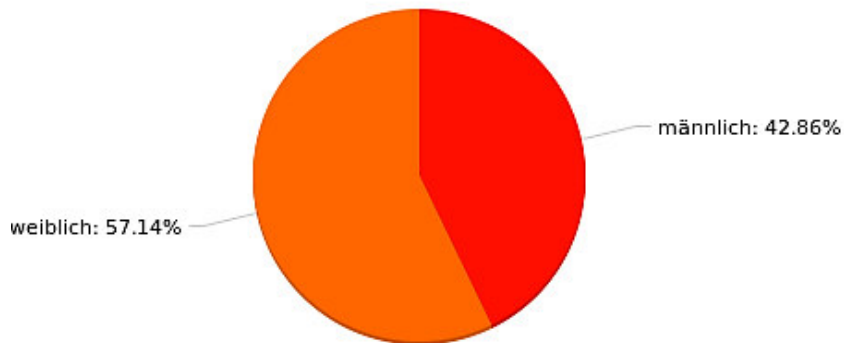
Diese Frage haben 47 Teilnehmer beantwortet, wobei nicht jedes Mal der Tageszuschuss genannt wurde, sondern oftmals eine Pauschale bzw. eine Summe für die gesamte Reisedauer. Die meisten Zuschüsse liegen zwischen € 5,- bis € 50,- pro Person. Daneben gibt es wenige Ausnahmen, die Beispielsweise bis zu € 300,- oder den gesamten Reisepreis von 100% erstattet bekommen.

### 25. An welcher Schule sind Sie als Lehrer tätig? (x=Anzahl der Teilnehmer)



### 26. Welche Fächer unterrichten Sie?

Bei dieser Frage wurden alle möglichen Unterrichtsfächer genannt. Am häufigsten wurden jedoch Deutsch, Mathematik, Sport, Sprachen (Englisch und Französisch) und Geschichte genannt.

**27. Sie sind...?****28. Wie alt sind Sie?**

Diese Angabe wurde von 90 Teilnehmern gemacht. Das Durchschnittsalter der Befragten beträgt 46,8 Jahre, also rund 47 Jahre. Der jüngste Teilnehmer ist 27 Jahre alt, der älteste 62.

**29. Aus welchem Landkreis kommen Sie?**

Die am häufigsten angegebenen Landkreise sind Straubing, Straubing-Bogen, Rottal-Inn, Altötting, Mühldorf und München.

**30. Die ersten drei Ziffern Ihrer Postleitzahl lauten?**

Die meist genannten Postleitzahlen sind:

807	941
809	943
823	944
824	
845	
852	

### **Anhang 3: Leitfaden für die Interviews**

#### **Einzelinterviews – Fragenkatalog**

- 1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?
- 2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?
- 3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?
- 4) Was sind die Gründe für die selbständige Organisation der Klassenfahrt? / Warum buchen Sie über einen Reiseveranstalter?
- 5) Welche Nachteile hat für Sie die Buchung über einen Veranstalter? /Welche Nachteile hat eine eigenständige Planung für Sie?
- 6) Was fehlt Ihrer Meinung nach bei den Leistungen eines Reisebüros/Reiseveranstalters?
- 7) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?

## **Anhang 4: Auflistung der Interviews 1 bis 15**

### **Interview 1**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Herr Peter Müller

Beruf: Lehrer an der Hauptschule an der Dieselstraße in Waldkraiburg

Datum: 26.05.2014

#### **1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Ich habe die letzte Klassenfahrt für die 9. Klasse Hauptschule durchgeführt. Es war eine Abschlussfahrt.

#### **2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Die Organisation übernimmt immer der Klassenlehrer, wobei es immer mehr im Kommen ist, dass viele Kollegen nach Berlin fahren. Diese Fahrt wird immer mit demselben Veranstalter geplant. Das ist eine Firma aus Berlin, mit der wir sehr zufrieden sind.

Alle anderen Klassenfahrten werden selbstständig organisiert. Ich bin einmal aus Preisgründen mit dem Zug nach Augsburg gefahren. Die Reise habe ich komplett selbst organisiert, da das Bayerticket die günstigste Variante war.

#### **3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/ein Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Die Berlin-Fahrten werden schon sehr früh im November/Dezember geplant und gebucht und finden immer vor Pfingsten, bevor die Prüfungen beginnen, statt. Wie schon gesagt, planen wir diese Fahrt mit einem Unternehmen aus Berlin.

#### **4) Was sind die Gründe für die selbstständige Organisation der Klassenfahrt?**

Als ich mit meiner Klassen nach Augsburg gefahren bin, habe ich alles selbst organisiert, weil keiner meiner Kollegen mit einer weiteren Klasse mitgefahren ist. Ich hatte eine Gruppe von 19 Personen. Da empfand ich es sinnvoller selbst zu planen, als mich an ein Reisebüro zu wenden. Das wäre meiner Meinung nach zu teuer gewesen, da wir nur ein begrenztes Budget zur Verfügung haben.

Die Berlin-Fahrt wird über den Veranstalter gebucht, weil die Schule schon seit Jahrzehnten mit dieser Firma eng zusammenarbeitet. Ein Kollege hat einmal damit angefangen und so wurde die Fahrt jedes Jahr wieder durchgeführt. Bis jetzt gab es auch noch keine gravierenden Probleme und wir waren immer zufrieden.

#### **5) Welche Nachteile hat für Sie die Buchung über einen Veranstalter?**

Als ich das letzte Mal in Berlin dabei war, war die Lage vom Hotel nicht sehr optimal. Unsere Unterkunft war sehr weit außerhalb Berlins, so dass es mit den öffentlichen Verkehrsmitteln fast eine Stunde dauerte, bis wir das Zentrum erreicht haben. Dies war ein großer Störfaktor, da viel Zeit verloren ging. Das Hotel würde ich nicht noch einmal buchen.



Bei einer selbstständigen Organisation hat man natürlich mehr Arbeit und Zeitaufwand, aber das macht mir nicht so viel aus.

**6) Was fehlt Ihrer Meinung nach bei den Leistungen eines Reisebüros/Reiseveranstalters?**

Ich bin mit dem Service durchaus zufrieden. Wenn ich ein Anliegen habe, wende ich mich an unser Unternehmen in Berlin. Man hilft mir dort immer weiter und das Problem ist schnell behoben.

Meine Kollegen meinten, die Hotels im Zentrum Berlins seien zu teuer, daher haben sie sich für eines weiter außerhalb entschieden. Jedoch wäre es wünschenswert, wenn auch Unterkünfte angeboten werden, die eine günstigere Lage haben.

**7) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Ein Großteil meiner Kollegen ist bereits vom Reiseveranstalter überzeugt.

Meiner Meinung nach sollte man sich einmal auf eine über einen Veranstalter geplante Klassenfahrt einlassen.

Vieles, wie z.B. die Lage vom Hotel, kann man erst im Nachhinein beurteilen. Das war mir vorher nicht wirklich bewusst, da ich nicht so stark bei der Planung mitgewirkt habe. Wenn ich im Nachhinein mit der Reise und dem Programm zufrieden bin, würde ich die nächste Fahrt wieder über einen Veranstalter buchen. Bin ich nicht zufrieden, suche ich mir eine andere Alternative und organisiere wieder eigenständig. Eine komplette Abgabe der Organisation für jede Klassenfahrt würde für mich dennoch nicht in Frage kommen.

## **Interview 2**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Frau Karin Schwarz-Müller

Beruf: Lehrerin an der Herzog Heinrich Mittelschule in Neumarkt St. Veit

Datum: 26.05.2014

**1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Die letzte Klassenfahrt habe ich für die 9. Klasse organisiert.

**2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Die Klassenfahrt organisiert immer der Klassenlehrer. Einen Beauftragten, der alles regelt, gibt es an unserer Schule nicht. Der Klassenlehrer kann natürlich alleine oder zusammen mit der Parallelklasse fahren.

**3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Wir haben bereits beide Varianten an der Schule durchgeführt.

Letztes Jahr habe ich alles selbst organisiert.

**4) Was sind die Gründe für die selbständige Organisation der Klassenfahrt?**

Eine eigenständige Planung ist meiner Meinung nach kostengünstiger als die Buchung über einen Reiseveranstalter.

Fährt man mit dem Kollegen der Parallelklasse zusammen, wird immer ein Busunternehmen beauftragt, das die Anreise organisiert. Das erspart natürlich Zeit und die Planung ist etwas einfacher.

**5) Welche Nachteile hat für Sie die Buchung über einen Veranstalter? /Welche Nachteile hat eine eigenständige Planung für Sie?**

Bis jetzt habe ich mit beiden Planungen noch keine negativen Erfahrungen gemacht. Mir ist nur immer wichtig, dass ich eine Reiserücktrittsversicherung abschließe, falls einmal ein Schüler nicht mitreisen kann. Die Nähe vom Heimatort zum Zielort spielt auch eine Rolle. Letztes Jahr waren in meiner Klasse 20 Personen, aber nur 16 sind mitgefahren. Daher war es das Beste, in ein nahe gelegenes Ziel mit der Bahn zu reisen.

**6) Was fehlt Ihrer Meinung nach bei den Leistungen eines Reisebüros/Reiseveranstalters?**

Wir hatten bis jetzt immer Glück. Wenn es ein Problem gab, oder ich einen besonderen Wunsch hatte, konnte ich mich an einen Ansprechpartner wenden, der sich dann auch darum gekümmert hat. Mit dem Service war ich bisher immer zufrieden.

**7) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Davon könnte man mich nicht überzeugen. Ich kann von Jahr zu Jahr selbst für meine Klasse entscheiden, ob ein Veranstalter nötig ist oder nicht.

Meistens hängt dies von der Teilnehmerzahl ab. Wenn ich eine sehr kleine Gruppe mit höchstens 20 Personen habe, organisiere ich auf jeden Fall selbstständig. Unser Budget ist auch sehr begrenzt. € 250,- sind das Maximum, wenn möglich mit Halbpension.

### **Interview 3**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Herr Andreas Bogner

Beruf: Lehrer an der Mittelschule in Tüßling

Datum: 27.05.2014

**1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Dieses Jahr habe ich die Fahrt für meine 9. Klasse organisiert. Wir sind von Mittwoch bis Samstag nach Hamburg gefahren. Das war ein Angebot von der Deutschen Bahn.

**2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Nein, einen Beauftragten gibt es nicht. Die Klassenfahrt wird von jedem Klassenlehrer selbst geplant. Die Planung fängt Ende der 8. Klasse an.

**3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Bei mir geht die Buchung immer über die Deutsche Bahn und deren Reisebüro. Wir buchen dort die Anreise und die Jugendherberge. Das Programm kann ich dann selbst gestalten und eventuell auch Angebote von der Jugendherberge vor Ort mit in das Programm aufnehmen.

**4) Warum buchen Sie über einen Reiseveranstalter?**

Ich bin zu faul, selbst zu organisieren, daher wende ich mich an das Reisebüro von der Bahn.

Will man auch ein Musical, wie zum Beispiel König der Löwen besuchen möchte, muss man natürlich schon sehr früh mit der Planung beginnen. Wenn die Tickets erst vor Ort gekauft werden müssen, ist dies sehr viel teurer.

**5) Welche Nachteile hat für Sie die Buchung über einen Veranstalter?**

Schwierigkeiten oder Nachteile gibt es bei der Buchung im Reisebüro keine.

Das einzig wichtige ist, dass man sich rechtzeitig mit dem Reisebüro in Verbindung setzt. Ansonsten kann es sein, dass man keine Eintrittskarten für bestimmte Programmpunkte, die man unbedingt gerne machen möchte, bekommt. In Hamburg wollten wir das „Chokoversum“ besuchen. Das sollte nur ein Lückenfüller sein. Die Mitarbeiter des „Chokoversums“ haben mir am Telefon gesagt, dass eine Anmeldung zwei Wochen vorher genügt, jedoch stimmte das nicht und unsere Gruppe konnte das Museum nicht besichtigen. Das wäre über einen Veranstalter vielleicht besser gelaufen.

**6) Was fehlt Ihrer Meinung nach bei den Leistungen eines Reisebüros/Reiseveranstalters?**

Ich muss ehrlich sagen, dass es mir an keiner Leistung fehlt. Ich kann die Deutsche Bahn wirklich nur loben. Es hat alles reibungslos geklappt. Die Ansprechpartnerin war immer sehr freundlich und hilfsbereit. Sie hat sich auch um alle Änderungen und Anliegen gekümmert und handelte sehr schnell. Der Service war wirklich gut.

**7) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Meiner Meinung nach, ist der Service im Bahn-Reisebüro schon sehr gut, daher werde ich auch immer wieder dort buchen.

Mir ist auch immer die Reiserücktrittskostenversicherung wichtig. Im Laufe des Jahres hat es

aber eine neue Regelung bei der Versicherung gegeben. Sobald ein Schüler nicht mehr mitfahren konnte, wurde zusätzlich zum ärztlichen Attest ein Formular benötigt. Dieses Formular wollte die Versicherung unbedingt haben. Bis zu diesem Zeitpunkt hat ein Attest vom Arzt gereicht. Ich habe aber alles sofort geregelt und auch meine Kollegen darüber informiert.

Außerdem kann ich, wenn ich über die Deutsche Bahn buche, bis zu 14 Tage vorher stornieren. Würde ich jede Leistung dieses Pauschalprogramms einzeln buchen, gilt diese Stornofrist nicht und die Fahrtkosten werden wesentlich teurer.

### **Interview 4**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Frau Alexandra Ludwig

Beruf: Lehrerin an der Mittelschule in Tüßling

Datum: 27.05.2014

**1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Die letzte Klassenfahrt habe ich für die 5. und 6. Klasse organisiert.

**2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Die Klassenfahrt organisiert immer der Klassenlehrer. Ich kenne keine andere Schule, die einen Beauftragten für Klassenfahrten hat.

**3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Bis jetzt habe ich immer selbst organisiert. Hauptsächlich werden Schullandheimaufenthalte in Jugendherbergen geplant. Wir haben viele Jugendherbergen, mit denen wir schon oft zusammengearbeitet haben. Letztes Jahr habe ich mich aber für eine neue entschieden.

Oft bieten die Jugendherbergen ein Programm an, jedoch habe ich bis jetzt immer nur den Ort angestrebt und mir mein Programm selbst zusammengestellt.

**4) Was sind die Gründe für die selbständige Organisation der Klassenfahrt?**

Bisher war mir die Vorstellung das Schullandheim über ein Reisebüro zu buchen zu umständlich. Ich hatte klare Vorstellungen für meine letzte Klassenfahrt. Der Ort, der Reisetermin und das Programm waren schon festgelegt, weshalb ich alles selbst organisiert habe.

Meiner Meinung nach ist es auch nicht nötig ein Schullandheim für die 5. Und 6. Klasse über ein Reisebüro zu buchen.

Die nächste Fahrt wird die Abschlussfahrt nach Hamburg mit der 9. Klasse sein. Dabei werde ich aber ein Reisebüro zur Beratung hinzuziehen und dort auch buchen.

**5) Welche Nachteile hat für Sie die Buchung über einen Veranstalter? /Welche Nachteile hat eine eigenständige Planung für Sie?**

Nachteile im Reisebüro gibt es für mich eigentlich nicht. Für das Schullandheim war mir die Planung mit einem Reisebüro einfach nicht wichtig, weil ich schon konkrete Vorstellungen hatte.

Für die Fahrt nach Hamburg werde ich mir auf jeden Fall ein Angebot vom Reisebüro einholen und den Preis mit dem einer Selbstorganisation vergleichen. Dabei muss man eben immer abwägen, ob die eigenständige Buchung oder die Buchung über das Reisebüro besser geeignet ist.

**6) Was fehlt Ihrer Meinung nach bei den Leistungen eines Reisebüros/Reiseveranstalters?**

Für mich gibt es keine fehlenden Leistungen. Wenn die Fahrt zwischen € 300,- und € 400,- liegt, finde ich es besser, über ein Reisebüro zu buchen. Dort kann man auch zwei Wochen vor der Reise noch stornieren. Es ist immer schwierig einzuschätzen, ob

alle Schüler der 9. Klasse an der Abschlussfahrt teilnehmen. Es kommt immer wieder vor, dass ein Schüler die Prüfungen nicht besteht oder plötzlich krank wird. Dabei spielt auch die Reiserücktrittsversicherung eine große Rolle für mich. Somit kann man kurzfristig stornieren und bleibt nicht auf den Reisekosten sitzen.

**7) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Es müsste auf jeden Fall das Angebot der Reiserücktrittsversicherung geben und die Stornierung sollte auch noch kurz vor der Reise möglich sein.

Für mich wäre es schön, wenn der Reiseveranstalter ein Gesamtpaket anbietet und man trotzdem noch Programmpunkte flexibel austauschen kann. Spricht mich beispielsweise eine Aktivität nicht besonders an, wäre es gut, wenn man diese durch eine andere ersetzen könnte. Auch sollte es „Lückenfüller“ geben. Es kann vorkommen, dass ein längere Pause zwischen zwei Programmpunkten besteht. In einer Stadt kann man natürlich Shoppen gehen, aber in einer Jugendherberge, die etwas außerhalb liegt, ist das nicht ganz so einfach.

Am wichtigsten ist für mich eine flexible Zusammenstellung der Pakete. Damit könnte jeder Lehrer sein eigenes Programm selbst mitgestalten und auch einzelne Aspekte wieder herausnehmen bzw. andere einbauen.

### **Interview 5**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Frau Pia Wagenbrenner

Beruf: Lehrerin an der Comenius Mittelschule in Töging

Datum: 27.05.2014

**1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Ich habe die letzte Klassenfahrt für die 4. Jahrgangsstufe geplant. Meine Klasse und die Parallelklasse sind zusammengefahren.

In den letzten Jahren haben wir es immer so geplant, dass die 3. Und 4. Jahrgangsstufe zusammen ins Schullandheim fährt. Meistens sind dann drei bis vier Klassen gemeinsam auf Klassenfahrt gefahren. Wir sind im Schullandheim in einer Jugendherberge untergebracht.

**2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Eine Klassenfahrt wird an unserer Schule von jedem Lehrer selbst organisiert. Die Lehrkräfte, die eine Abschlussklasse betreuen, organisieren auch die Abschlussfahrt. Eine Lehrkraft fährt immer nach Berlin, die andere nach Rom.

**3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Meistens wird am Ende von der 3. Klasse schon einmal bei den Eltern nachgefragt, ob diese mit einer Klassenfahrt einverstanden wären, und ob auch die Kinder Interesse daran hätten. Besteht kein Interesse kann man sich die ganze Mühe und Planung einer Fahrt sparen.

Möchte man zu einem Zeitpunkt fahren in dem das Wetter beständiger und wärmer ist, muss man die Klasse auf jeden Fall ein halbes bis dreiviertel Jahr vorher in der Jugendherberge anmelden. Das ist auch wichtig, wenn die Gruppe ziemlich groß ist.

**4) Was sind die Gründe für die selbständige Organisation der Klassenfahrt? / Warum buchen Sie über einen Reiseveranstalter?**

Wir planen bisher jede Fahrt selbstständig. Ein Reiseveranstalter wurde noch nie hinzugezogen. Ich selbst habe auch noch nie über einen Reiseveranstalter nachgedacht, weil ich gar nicht wusste, dass es so etwas überhaupt gibt.

Das einzige Mal als wir einen Veranstalter hinzugezogen haben, war, als meine Tochter eine Sprachreise nach England gemacht hat.

In der Schule wurde aber noch nie ein Veranstalter kontaktiert. Ich kenne auch Niemanden, der schon einen Reiseveranstalter beansprucht hat.

**5) Welche Nachteile/Herausforderungen hat eine eigenständige Planung für Sie?**

Es ist eine Herausforderung mit einem relativ geringen Budget ein gutes und attraktives Ziel zu finden.

Der Budgetrahmen ist sehr eingegrenzt. Als Lehrer möchte man aber trotzdem besondere Attraktionen im Programm haben, die bei den Kindern einen bleibenden Eindruck hinterlassen und auch Wissen vermitteln. Die ganze Zeit nur wandern wäre langweilig für die Kinder und ist auch nicht Sinn der Fahrt.

Man beschäftigt sich auch mit den Fragen: Was kann man im Ort machen? Und was ist kostenlos?

Wir waren im Haus der Berge in Berchtesgaden. Dort gibt es einen Nationalpark, den die Klasse kostenlos besichtigen konnte. Darüber muss man sich im Vorhinein erst informieren. Dieses Angebot haben wir dann in unser Programm aufgenommen.

Ein Nachteil ist, dass die Planung sehr zeitaufwendig ist. Man muss sich einmal ein Wochenende mit der Klassenfahrt beschäftigen und Internetrecherche betreiben. Oft frage ich bei Kollegen nach, die schon einmal vor Ort waren. Vieles läuft bei uns über Mundpropaganda und Empfehlungen. Das Deutsche Jugendherbergswerk schickt immer am Anfang des Schuljahres einen Katalog mit aktuellen Daten und Angeboten an die Schule. Danach kann man sich auch ein bisschen orientieren.

Andererseits kann man das Programm durch die intensive Recherche selbst zusammenstellen und auch auf die Bedürfnisse der Klasse eingehen. Wenn meine Klasse eher musisch oder naturwissenschaftlich orientiert ist, gestalte ich das Programm nach diesen Gesichtspunkten.

Wenn man als Lehrer schon vier Mal im selben Ort gewesen ist, möchte man auch einmal etwas Neues sehen und ausprobieren. Dabei ist die Informationssuche noch intensiver.

Dabei muss ich immer darauf achten, dass die Fahrtstrecke mit dem Bus nicht länger als zwei Stunden dauert. Was darüber hinaus geht ist für den Lehrer und für die Kinder anstrengend.

**6) Würden Sie in Erwägung ziehen eine Klassenfahrt über ein/en Reisebüro/-Reiseveranstalter zu buchen?**

Von mir selbst ausgehenden, würde ich nicht darauf kommen, meine Klassenfahrt über ein Reisebüro zu buchen.

Wenn sich allerdings ein Anbieter mit seinem Programm präsentieren würde, könnte ich mir vorstellen ein Angebot anzufordern. Dabei darf auch das Budget nicht gesprengt werden.

Es gibt aber auch viele Jugendherbergen, die verschiedene Programmbausteine anbieten. Man kann selbst entscheiden, welche man buchen möchte.

Meiner Meinung nach ist es wahrscheinlich besser eine Klassenfahrt mit Jugendlichen oder älteren Schülern über ein Reisebüro zu buchen als mit einer Grundschulklasse. Beispielsweise wenn die Klasse eine Städtereise oder Studienfahrt plant.

**7) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Wenn ich über ein Reisebüro buchen würde, sollte mir auf jeden Fall die ganze gedankliche Vorarbeit abgenommen werden. Ich habe bestimmte Wünsche, die in meinem Programm mit dabei sein sollten. Der Veranstalter sollte dann ein passendes Zielgebiet, entsprechende Attraktionen und einen angemessenen Preis für mich finden. Dann könnten auch Angebote zu verschiedenen Preisen erstellt werden. Damit hätte ich schon einmal eine Vorstellung, wie der Veranstalter die Fahrt organisieren würde und kann mich für oder gegen eines der Angebote entscheiden.

### Interview 6

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Herr Johannes Holzinger

Beruf: Lehrer an der Fachoberschule in Altötting

Datum: 27.05.2014

**1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Es gab einmal an unserer Schule für die 11. Klassen die Möglichkeit, am Englandaustausch teilzunehmen. Da in der 11. Klasse der Fachoberschule Praktikum und Unterricht im Zwei-Wochen-Rhythmus vorgesehen ist, machen die Schüler in England ein Praktikum. Vor zwei Jahren kamen immer noch die englischen Schüler nach Deutschland, jedoch verläuft das nun einseitig. Es kommen keine Engländer mehr zu uns nach Altötting.

**2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Klassenfahrten werden an unserer Schule nicht mehr veranstaltet. Es sind meist Wochenendfahrten, die die Schüler selbst organisieren.

Den England-Aufenthalt organisiere aber ich. Dieser Austausch wird nun schon seit 20 Jahren durchgeführt.

**3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Die Fahrt findet Ende Januar statt. Ab September fängt die Planung mit einem Elternabend an und man lernt die Schüler kennen. In der Regel gibt es 40 Bewerber von denen 18 Personen an der Fahrt teilnehmen dürfen. Hauptsächlich sind es Schüler des Wirtschafts- und Sozialzweiges, die nach England reisen.

Der Flug wird über das Reisebüro gebucht. Je früher ich damit beginne, umso billiger ist der Flug. Alles andere wird selbstständig organisiert. Unser Partner-College in England übernimmt dabei aber keinerlei Organisation. Wir haben immer dieselben Praktikumsbetriebe, die jedes Jahr einen unserer Schüler aufnehmen. Mit den Unternehmen arbeiten wir schon sehr lange zusammen.

#### **4) Was sind die Gründe für die selbständige Organisation der Klassenfahrt?**

Es wird selbstständig organisiert, weil es keine Organisation gibt, die eine solche Art von Reise anbietet. Das Problem fängt schon damit an, dass wir Praktikumsstellen benötigen, um dort unsere Schüler unterzubringen. Dafür ist die Beziehung zu unserem Partner-College sehr hilfreich. Auch wenn die Engländer keine Organisationstalenten sind, haben wir trotzdem durch diese Schule die Praktikumsstellen gewinnen können.

#### **5) Welche Nachteile hat eine eigenständige Planung für Sie?**

Ein großer Nachteil ist auf jeden Fall die Mentalität der Engländer und die englische Bürokratie. Es dauert alles sehr lange und ist kompliziert.

Da in der 11. Klasse immer im 2-Wochen-Rhythmus Praktikum und Unterricht stattfinden, ist es auch etwas schwierig die Fahrt in einen Zeitraum zu legen, in der sich die Praktikumswochen befinden. Die Zeit in der 11. Klasse ist ziemlich begrenzt.

Zurzeit schreibe ich ziemlich viele E-Mails. Ich muss alle 18 Schüler dazu überreden, sich für das Meilenprogramm bei Flugreisen anzumelden. Nach einer Woche bekomme ich meist von 40% die Rückmeldung, dass sie sich für das Programm angemeldet haben. Dann kommt natürlich die zweite E-Mail mit der dringenden Bitte, das Programm zu nutzen. Das dauert alles etwas länger.

Daneben möchte das Reisebüro alle Ausweisnummern der Schüler haben und somit geht die nächste E-Mail raus.

Da auch das Partnercollege unseren Aufenthalt in England nicht mehr mitorganisiert, muss ich den Transfer vom Flughafen zum Hotel organisieren.

Die größte Herausforderung ist, das Budget so gering wie möglich zu halten. Meistens ist das Budget schon mit dem Flug erschöpft. Derzeit liegt der Preisrahmen bei € 850,-. Der Betrag wird hauptsächlich von den Eltern gezahlt. Es gibt aber auch ein paar Schüler, die eine eigene Wohnung haben. Wenn das gesamte Programm € 1000,- kosten würde, bringe ich nicht so viele Schüler zusammen. Es ist schwierig, die Schüler die ihr Leben schon selbstständig in der Hand haben, zu überzeugen.

Auf den Förderverein kann ich auch noch zurückgreifen. Da habe ich etwas Glück, weil ich der Geschäftsführer bin.

An der Schule werden jetzt auch Sprachreisen durchgeführt, jedoch glaube ich nicht, dass diese Reise in dem Ausmaß und in solch einem begrenzten Preisrahmen für einen Reiseveranstalter möglich ist.

#### **6) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Das ist in erster Linie eine Preisfrage. Alles was der Veranstalter leistet kostet ja etwas. Ich als Lehrer muss natürlich organisieren und mache das eben kostenlos, die Schule zahlt dafür nichts.

Es gibt auch einige Schüler, die aus finanzschwächeren Familien kommen bei denen € 850,- sehr viel Geld ist. Andere Eltern sagen, sie geben auch gerne mehr für die Bil-



derung ihres Kindes aus. Ich möchte aber nicht nur diese Schüler bei der Fahrt dabei haben, sondern möchte allen, die sich dafür interessieren die Möglichkeit dazu bieten. Manche Eltern schlagen vor 1-Euro-Flüge zu buchen. Diese Billigflüge bekomme ich aber nicht für 20 Leute. Ich habe schon einmal die Flüge über das Internet gebucht, jedoch wurde dann ein Flug storniert und wir mussten sehr lange warten bis es von Amsterdam nach England weiterging. Auf den Kosten bin ich natürlich sitzen geblieben. Daher buche ich die Flüge über ein Reisebüro. Wenn am Flughafen etwas schief geht, kann ich dort anrufen und habe einen Ansprechpartner. Dieser sagt mir dann, ob ich den nächsten Flug auf Kosten des Reisebüros buchen darf.

Daneben ist es auch eine Sache des Angebots und der Flexibilität. Die Preise außerhalb der Ferienzeiten sind wesentlich günstiger. Unsere Fahrt findet während der Unterrichtszeiten statt.

Würde aber ein Reiseveranstalter einen Sprachkurs anbieten, der meinen Wünschen entspricht, wäre ich einer Buchung nicht abgeneigt. In der 13. Klasse gibt es für diese Sprachreise 80% potentielle Kandidaten.

In unserer Schule liegen nur Kataloge von E&F Reisen aus. Die Werbung müsste von der Veranstalterseite aus viel besser sein. Es wäre toll, wenn sich die Veranstalter die Zeit nehmen würden, um an die Schule zu kommen. Dadurch könnten sie nachfragen, welche Fahrten durchgeführt werden und dementsprechend auch solche Programme in ihren Katalog aufnehmen. Es gibt viele Skischulen, die direkt an die Schulen herantreten und den Lehrern auch einmal ein Wochenende anbieten, an dem sie das Skigebiet und die Umgebung kennenlernen können. Genau das könnte ein Veranstalter auch machen.

Sollte das einmal der Fall sein, wäre ich jedenfalls nicht abgeneigt ein Angebot anzufordern und eventuell auch zu buchen.

### **Interview 7**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Frau Michaela Wimmer

Beruf: Lehrerin an der Max-Fellermeier-Grund- und Mittelschule in Neuötting

Datum: 30.05.2014

#### **1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Ich habe für die 9. Jahrgangsstufe eine Abschlussfahrt organisiert.

#### **2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Das erledigt immer der Klassenleiter. Es gibt keinen Beauftragten an unserer Schule, der sich um alle Fahrten kümmert.

#### **3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Als erstes wird mit der Klasse gesprochen, ob Interesse an einer Abschlussfahrt besteht und welche Vorstellungen oder Wünsche es gibt. Danach versuche ich das Zielgebiet nach den Wünschen einzugrenzen und wende mich dann an den Reiseveranstalter. Da gibt es auch verschiedene, wie zum Beispiel Schülerfahrten.de

oder auch alpetour. Ich habe mich für alpetour entschieden. Dort kann ich ein Angebot anfordern und buche die Fahrt.

#### **4) Warum buchen Sie über einen Reiseveranstalter?**

Ein Reiseveranstalter wie alpetour ist spezialisiert auf Klassenfahrten und hat in dem Bereich schon viele Erfahrungen gemacht.

Meistens bieten die Veranstalter ausschließlich Unterkünfte für Klassen an. Andere Urlauber können dort gar nicht übernachten. Am Abend kann es dann doch einmal lauter werden, wenn mehrere Schüler beisammen sind. Daher ist die Unterkunfts Auswahl beim Reiseveranstalter schon gezielter. Außerdem ist eine Buchung über einen Veranstalter auch günstiger.

#### **5) Welche Nachteile hat eine eigenständige Planung für Sie?**

Ein Nachteil ist, dass ich selbst nicht über diese Fachkompetenz und Erfahrung verfüge wie die Mitarbeiter vom Reiseveranstalter. Ich erspare mir dadurch viel Arbeit und Zeit, die ich anderweitig nutzen kann. Ich müsste mich erst einmal über den Zielort und mögliche Aktivitäten informieren und auch ein eigenes Programm zusammenstellen. Es ist eine große Hilfe, wenn man einen Reiseveranstalter hat.

#### **6) Was fehlt Ihrer Meinung nach bei den Leistungen eines Reisebüros/Reiseveranstalters?**

Ich bin mit dem Service von alpetour vollkommen zufrieden. Die Betreuung war bisher immer sehr gut und meine Wünsche wurden auch berücksichtigt. Meine zukünftigen Klassenfahrten würde ich immer wieder bei alpetour buchen.

### **Interview 8**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Herr Stephan Bartl

Beruf: Lehrer am Ignaz-Taschner-Gymnasium in Dachau

Datum: 02.06.2014

#### **1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Die letzte Fahrt war für die 10. Klasse. Ich habe eine Geschichtsexkursion nach Berlin durchgeführt, die von Montag bis Freitag ging.

#### **2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Einen Beauftragten für alle Klassenfahrten gibt es nicht. Die Berlinexkursion ist fachspezifisch, daher muss jeder Geschichtslehrer der 10. Klassen die Reise selbst organisieren. Einige Punkte sollte man bei der Reise aber schon abdecken, z.B. den Besuch des Bundestages und das Gespräch mit dem Wahltagsabgeordneten. Hier in Dachau ist es die Frau Haselfeld, bei mir zu Hause im Landkreis Altötting ist es der Herr Mayer. Es gibt auch Schüleraustauschprogramme, die meistens vom selben Lehrer geplant werden.

**3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Die Fahrt findet im März statt, daher fange ich im Oktober mit der Planung an. Als erstes kontaktiere ich den Bundestag. Dieser Programmpunkt läuft immer über den Wahltagsabgeordneten. Dabei muss natürlich geklärt werden, wann ich den Bundestag besuche und wann die anderen Programmpunkte stattfinden sollen. Die Buchung der Unterkunft muss auch sehr früh geschehen, um noch freie Zimmer zu bekommen. Dann muss ich mich noch entscheiden, mit welchem Verkehrsmittel ich anreisen möchte: entweder Bus oder Bahn. meistens Bus oder Bahn genutzt.

Ich habe über das Reisebüro der Bahn ein Komplettpaket mit Anreise, Unterkunft und Reiserücktrittsversicherung gebucht. Von dem Hotel im letzten Jahr war ich sehr begeistert, deshalb habe ich es in diesem Jahr wieder gebucht.

Der Ansprechpartner vom Reisebüro, hat uns gut beraten und war sehr hilfsbereit. Vom Reisebüro habe ich eine Auswahl an Angeboten erhalten und habe mich dann für eines entschieden.

Bei uns an der Schule werden relativ viele Klassenfahrten über die Bahn gebucht. Der Prozess ist relativ unkompliziert und die Angebote waren bis jetzt immer zu unserer Zufriedenheit.

**4) Warum buchen Sie über einen Reiseveranstalter?**

Ich muss mich nicht um die Unterkunft, Anreise usw. kümmern, da ich das gesamte Paket bei der Bahn buche. Wir werden in Berlin auch vom Bahnhof abgeholt, ins Hotel gebracht und bekommen die Tickets ausgeteilt.

**5) Welche Nachteile hat für Sie die Buchung über einen Veranstalter? /Welche Nachteile hat eine eigenständige Planung für Sie?**

Trotz der Planung über das Reisebüro gibt es doch noch viel zu organisieren. Die Bahn bietet zwar das Gesamtpaket, jedoch ohne Programmpunkte. Das Programm stelle ich selbst zusammen. Die einzigen Aktivitäten, die ich über die Bahn noch hinzugebucht habe, waren die Stadtführung und die Gedenkstätte in Hohen-Schönhausen.

Man bekommt für eine Klassenfahrt nur einen Zuschuss, wenn man mit der Wahlkreisabgeordneten ein Gespräch führt und den Bundestag besucht. Da ein guter Bekannter von mir, Tobias Zech, Mitglied des Bundestages ist, hatte ich mein Kontingent bei ihm. Die Herausforderung ist aber immer die terminliche Festlegung der Aktivitäten. Es geht mit der Hotelbuchung los und hört mit der Programmgestaltung auf. Dabei muss schon ein halbes Jahr vorher geplant werden. Eine große Rolle spielt auch die zeitliche Begrenzung: An- und Abreisetag, sprich Montag und Freitag, fallen schon einmal weg. Das Programm muss auf Dienstag bis Donnerstag beschränkt werden.

**6) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Wie das funktionieren würde, kann ich nicht sagen. Das Hauptprogramm habe ich ja über das Reisebüro gebucht. Die Stadtführung und das Stasi-Gefängnis habe ich extra hinzugebucht. Aber ob ein Veranstalter auch das gesamte Programm anbieten würde, weiß ich nicht.

Mit der eigenständigen Organisation ist man schon flexibler bei der Planung. Der Termin im Bundestag ist meistens um 19.00 Uhr, danach wird noch die Kuppel besichtigt. Am Vormittag war ich mit den Schülern im Landwirtschaftsministerium. Der ganze

Nachmittag stand zur freien Verfügung. Bei einem Veranstalter werden mir die Programmpunkte festgesetzt. Daran muss ich mich auch halten, was bei der selbstständigen Planung nicht der Fall ist. Ich bin mir nicht sicher, ob ich alles über einen Veranstalter buchen würde.

Wenn sich ein Schüler die Reise nicht leisten kann, dann gibt es verschiedene Geldtöpfe, die man nutzen kann. Dadurch muss niemand mehr zu Hause bleiben.

Die Budgetgrenze liegt bei mir bei € 300,-. Ich habe von jedem Schüler € 320,- eingesammelt. Der Preis für die Unterkunft, die Anreise und die Versicherung betrug € 299,-. Die Stadtführung und die Gedenkstätte habe ich vom Restgeld bezahlt. Auf den Zuschuss vom Bundestag warte ich noch. Was übrig bleibt bekommen die Schüler wieder zurück. Das Angebot der Bahn war sehr gut.

Im Normalfall zahlt man € 80,- pro Person/Nacht für das Hotel am Alexanderplatz. Bei vier Übernachtungen ergibt sich ein Preis von € 320,- pro Person für das Hotel am Alexanderplatz. In unserem Gesamtpaket war für diesen Preis zusätzlich noch die Anreise und Reiserücktrittsversicherung inkludiert. Das Gute daran ist, dass die Rechnung erst 1,5 Wochen vor Reiseantritt bezahlt werden muss. Sollte ein Schüler krank werden oder abspringen, wirkt die Reiserücktrittsversicherung.

### **Interview 9**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Herr Matthias Heidt

Beruf: Lehrer an der Stefan-Krumenauer-Realschule in Eggenfelden

Datum: 04.06.2014

#### **1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Die letzte Fahrt war für die 10. Klasse. Wir haben eine Abschlussfahrt nach Berlin gemacht. Insgesamt waren sechs zehnten Klassen in Berlin.

#### **2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

In dem Fall bin ich der Beauftragte. Ich hole mir Angebote ein, organisiere die Busse und mache die Einteilung der Klassen. Die Programmgestaltung übernehme ich auch, aber der jeweilige Klassenlehrer hat trotzdem noch Freiräume, die er selbst organisieren kann.

Es sitzen immer 2 Klassen in einem Bus, daher haben diese beiden Klassen auch dasselbe Programm. Dies läuft bei den anderen Bussen genauso ab.

#### **3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Die Fahrt findet in der Woche vor den Herbstferien statt. Das Angebot hole ich mir bereits 1 Jahr vor Reisebeginn ein. Ich versuche natürlich auch Wünsche der Schüler zu berücksichtigen. Wenn ich mir zwei bis drei Angebote eingeholt habe, wähle ich das günstigste aus. Dann wird ein Elternbrief mit allen Informationen zur Fahrt herausgegeben. Im April wird ein zweiter Brief bezüglich der Anzahlung an die Eltern gegeben. Ich hole mir die Angebote immer von regionalen Busunternehmen ein. Es gibt zwei Busunternehmen, mit denen wir schon lange zusammenarbeiten. Die Busunternehmen

waren schon oft in Berlin dabei und haben daher einen Überblick über unser Programm. Bis jetzt hat alles immer gut funktioniert.  
Über einen Reiseveranstalter habe ich noch nie gebucht.

**4) Was sind die Gründe für die selbständige Organisation der Klassenfahrt?**

Ich plane lieber selbstständig, weil ich denke, dass große Firmen ihre Mitarbeiter schlechter bezahlen. Ich bleibe lieber bei regionalen Busunternehmen. Diese haben in der Region einen guten Ruf und ich kenne die Mitarbeiter persönlich. Durch die lange Zusammenarbeit, weiß man, wie die Fahrt ablaufen soll.

Mein Bruder bucht beispielsweise seine Klassenfahrten immer über einen Reiseveranstalter und ist begeistert. Er hat es mir auch schon öfter empfohlen, jedoch habe ich mir bis jetzt noch kein Angebot eines Veranstalters eingeholt.

Ich denke auch nicht, dass die Fahrt über einen Veranstalter mehr kosten würde.

**5) Welche Nachteile hat eine eigenständige Planung für Sie?**

Die Herausforderung ist es, die Termine richtig zu planen und dass die Schüler bzw. die Eltern den Preis rechtzeitig bezahlen.

Mit Stornofristen habe ich keine Probleme. Die Busunternehmen sind sehr kulant. Wenn ein Schüler nicht mitfährt, wird dies vom Busunternehmen gleich an das Hotel weitergegeben.

**6) Was fehlt Ihrer Meinung nach bei den Leistungen eines Reisebüros/Reiseveranstalters?**

Diese Frage kann ich nicht beantworten, da ich noch nie ein Reisebüro zur Planung hinzugezogen habe.

Ich habe Vertrauen in unsere Busfahrer und deren Firma. Bei einem größeren Reisebüro ist dies nicht der Fall. Dabei würde ich mehr auf Empfehlungen von Kollegen oder Freunden Wert legen, die das Reisebüro schon einmal getestet und gute Erfahrungen damit gemacht haben.

**7) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Ich würde nur über einen Veranstalter buchen, wenn es Probleme mit dem regionalen Busunternehmen geben würde und ich unzufrieden bin. Bleibt jedoch alles wie beim alten, würde ich auch keinen Veranstalter für die Planung einsetzen.

Auch haben wir einen begrenzten Budgetrahmen. 5 Tage Berlin dürfen maximal € 200,- kosten. Die Kosten müssen immer mit dem Elternbeirat besprochen werden. Manchmal kann auch etwas mehr Geld zur Verfügung stehen, jedoch müsste der Reiseveranstalter sich ganz klar an den € 200,- orientieren.

### **Interview 10**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Herr Nikolaus Westenthanner

Beruf: Lehrer am Tassilo-Gymnasium in Simbach am Inn

Datum: 05.06.2014

#### **1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Die letzte Fahrt für die 10. Klasse war vor zwei Jahren. Normalerweise organisiere ich immer jährlich eine Studienfahrt nach Paris, aber letztes Jahr hatte ich ein Sabbat-Jahr eingelegt. Diese Studienfahrt wird immer in der 10. Klasse durchgeführt, weil die 11. Und 12. Klasse zur Abiturvorbereitung dienen und daher viele Fächer ausfallen würden.

#### **2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Die Studienfahrten für die 10. Klassen organisieren immer die gleichen Lehrer. Da ich der Fachbetreuer für Französisch bin, organisiere ich die Fahrt nach Paris. Meistens mache ich das zusammen mit einer Kollegin, die die Klasse ebenfalls unterrichtet. Für die Studienfahrt nach Rom ist die Fachbetreuung für Italienisch zuständig. Eine Fahrt ins Schullandheim findet an unserer Schule nicht statt. Wir haben noch einen Schüleraustausch nach England oder Tschechien, der in der 9. Jahrgangsstufe durchgeführt wird. Diese werden aber auch von fachbezogenen Lehrern organisiert.

#### **3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Anfang des Schuljahres werden den Schülern die Ziele der Studienfahrten (Paris, Rom und Berlin) vorgestellt und haben dann bis Oktober Zeit sich für eines zu entscheiden. Die Romfahrt hat meistens um die 35 Teilnehmer, alle anderen Fahrten haben ca. 15 Teilnehmer. Nach Rom können mehr mitfahren, weil dafür ein Bus benutzt wird.

Nachdem sich die Gruppe für die Parisfahrt gebildet hat, nehme ich mit dem Reisebüro der Deutschen Bahn Kontakt auf und gebe die Anzahl der Teilnehmer und das Datum der Fahrt durch. Wir fahren immer in der vorletzten Schulwoche vor den Sommerferien. Dann erhalte ich ein Angebot vom Reisebüro, das die Zugverbindung und die Unterkunft beinhaltet und buche es. Die Eintritte für Museen oder den Besuch des Eiffelturms organisiere ich selbst.

Es besteht natürlich die Möglichkeit diverse Extraangebote über die Bahn zu buchen, aber ich organisiere das lieber selbst. Da ich selbst einmal in Paris gelebt habe, kenne ich mich dort sehr gut aus und übernehme alle Führungen, bis auf Museumsführungen, selbst. Außerdem bietet die Bahn zum Beispiel nur die Reservierung für ein Museum an, aber keine Führung. In einem Museum finde ich es wichtig, eine Führung zu machen. Ich könnte auch die Schifffahrt auf der Seine über die Bahn buchen, jedoch muss man sich hier auf einen Tag festlegen. Wenn das Wetter nicht mitspielt, macht die Schifffahrt keinen Spaß. Beim Besuch des Eiffelturms ist es genau derselbe Fall. Wir gehen immer am Abend zum Eiffelturm um Paris bei Nacht zu.

#### **4) Was sind die Gründe für die selbständige Organisation der Klassenfahrt?/ Warum buchen Sie über einen Reiseveranstalter?**

Der Budgetrahmen der Reise liegt bei € 450,-. Vor ein paar Jahren waren es noch € 400,- aber durch die Erhöhung der Ticketpreise wird das jedes Jahr etwas teurer.

Die Anfahrt und die Unterkunft buche ich über das Reisebüro. Ich habe einmal probiert, alles einzeln zu buchen, jedoch hätte es das Budget gesprengt.

Da ich bereits schon lange mit den Leistungsträgern in Paris zusammenarbeite, habe ich auch die Gewissheit, dass alles reibungslos abläuft. Meistens schreibe ich eine Anfrage per Email. Dabei nutze ich meine abgespeicherten Vorlagen und ändere nur das Datum. Das erleichtert das Organisieren und ich bekomme schnell eine Bestätigung für die einzelnen Programmpunkte.

Sollte ein Schüler doch nicht mitfahren können, informiere ich das Reisebüro und diese setzen sich mit dem Hotel in Verbindung. Dabei gibt es keine Probleme.

#### **5) Welche Nachteile hat eine eigenständige Planung für Sie?**

Ein Programmpunkt der Fahrt ist ein Ausflug nach Versailles. Dieser bedarf einer längeren Planung, da wir außerhalb von Paris sind.

Ein weiterer Nachteil ist, dass man zum Beispiel auf den Eiffelturm nicht mehr ohne Reservierung hinauf kommt. Da wäre das Reisebüro zwar von Vorteil, jedoch will ich mich nicht auf einen Tag festlegen sondern flexibel bleiben. Meistens wird es so gehandhabt, dass sich meine Begleitperson mit 10 Schülern anmeldet und ich ebenfalls 10 Schüler anmelde. Das hat bis jetzt immer gut geklappt.

#### **6) Was fehlt Ihrer Meinung nach bei den Leistungen eines Reisebüros/Reiseveranstalters?**

Es wäre wünschenswert, wenn die Bahn bei bestimmten Aktivitäten wie Führungen im Schloss Versailles oder im Kunstmuseum nicht nur eine Reservierung möglich ist, sondern zusätzlich auch ein geführter Rundgang als Gesamtpaket gebucht werden kann. Problematisch wäre bei der Organisation nur, dass die Führungen in den Museen in unterschiedlichen Sprachen zu unterschiedlichen Zeiten stattfinden. Daneben gibt es auch Themenführungen und oftmals werden die Führungen nach dem Alter der Schüler eingeteilt. Das erschwert vielleicht die Planung für die Bahn.

Deshalb wird an der Schule ein Thementag durchgeführt, an dem die Schüler zu bestimmten Sehenswürdigkeiten, zum Beispiel der Sacre Coeur, recherchieren müssen. Die Kurzreferate werden direkt vor Ort in Paris gehalten.

#### **7) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Wäre das Angebot flexibler, würde ich auf das komplette Programm über ein Reisebüro buchen. Es müsste die Möglichkeit geben einzelne Programmpunkte buchen zu können, ohne sich aber auf einen Tag festlegen zu müssen. Es wäre gut, wenn man das vor Ort selbst entscheiden könnte.

### **Interview 11**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Herr Stephanus Haslinger

Beruf: Lehrer am Tassilo-Gymnasium in Simbach am Inn

Datum: 05.06.2014

#### **1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Die Studienfahrt nach Rom wird in der 10. Klasse durchgeführt. Seit der Einführung des achtjährigen Gymnasiums findet die Fahrt schon in der 10. Klasse statt. Als wir noch das neunjährige Gymnasium hatten, führten wir die Fahrt in der 11. Klasse durch.

#### **2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Die Fahrt wird immer von einem Lehrer der Fachbetreuung Italienisch organisiert. Das wechselt sich aber immer wieder mal ab. Zusätzlich ist unser Pfarrer und Religionslehrer als Begleitperson dabei.

#### **3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Die Fahrt findet in der vorletzten Woche des Schuljahres statt. Mit der Planung beginnt man am Schuljahresanfang. Den Schülern und Eltern wird die Studienfahrten vorgestellt. Die Schüler können sich dann für die Fahrt anmelden. In den ersten 2-3 Monaten werden die Gruppen der einzelnen Fahrten zusammengestellt. Es ist immer wichtig, dass die Gruppen gleichmäßig aufgeteilt sind.

Stehen die Gruppen fest, gibt es einen Studientag für die Schüler, an dem sie sich über Rom informieren müssen. Dann steht noch ein Elternabend an und anschließend wird ein Elternbrief mit der Bitte um Anzahlung ausgeteilt.

#### **4) Was sind die Gründe für die selbstständige Organisation der Klassenfahrt?**

Wir buchen unser Hotel und den Bus immer über dasselbe Busunternehmen, mit dem wir schon Jahre zusammenarbeiten. Dabei sind wir flexibler. Der Bus bleibt vor Ort und kann uns zu allen Programmpunkten hinfahren.

Die Lehrkräfte, die auf der Fahrt dabei sind, haben ein sehr gutes Wissen über Rom. Unser Pfarrer macht die Stadtführung, eine andere Kollegin spricht fließend italienisch und ich bin mehr für das Organisatorische und Pädagogische zuständig. Die Aufgaben sind perfekt verteilt. Daher benötigen wir auch keinen Reiseveranstalter.

#### **5) Welche Nachteile hat eine eigenständige Planung für Sie?**

Die Schüler kommen aus ganz unterschiedlichen Familien. Die eine Familie kann sich die Fahrt leichter leisten als eine andere. Es wird natürlich eine finanzielle Unterstützung angeboten, jedoch ist es immer etwas schwierig, es so zu organisieren, dass andere davon nichts mitbekommen.

Vor Ort ist dann die Herausforderung, dass man die Klasse beisammen hält und die Aufmerksamkeit gewahrt wird. Oft hatten wir auch Probleme mit Alkohol. Ein absolutes Alkoholverbot bringt meiner Meinung nach nichts, da es nur das Gegenteil bewirkt. Wir vereinbaren mit den Schülern ein bis zwei Tage an denen wir uns am Abend in ein



schönes Restaurant sitzen und zusammen ein Glas Wein trinken. Das verläuft wesentlich stressfreier und seitdem sind auch die Probleme weniger geworden.

**6) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Wenn die Möglichkeit besteht alle Programmpunkte über ein Reisebüro zu buchen, wäre ich nicht abgeneigt. Jedoch ist es mein Wunsch, dass auch der Lehrer Sehenswürdigkeiten vorstellen darf. Es könnte schon eine Art Fremdenführer geben, dennoch sollte er sich nicht immer an den Aktivitäten beteiligt sein. Könnte man die Fahrt so flexibel gestalten und wäre der Reisepreis bei € 400,- würde ich mir ein Angebot einholen.

### **Interview 12**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewte: Frau Patricia Hoffmann

Beruf: Lehrerin am Tassilo-Gymnasium in Simbach am Inn

Datum: 05.06.2014

**1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Ich organisiere einen Schüleraustausch mit Budweis in Tschechien für die 9. Jahrgangsstufe.

**2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Für dieses Jahr bin ich wieder die Beauftragte. Die letzten 2-3 Jahre hat die Planung ein anderer Lehrer übernommen, der jetzt aber in Elternzeit ist.

**3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

In der Regel ist man mit der Planung das ganze Schuljahr über beschäftigt. Zu Beginn des Schuljahres muss nachgefragt werden, wie viele Schüler am Austausch mit Tschechien interessiert sind und anschließend die Partnerschule in Budweis kontaktieren, um die Teilnehmerzahl der tschechischen Schüler zu wissen. Danach hat man eine ungefähre Anzahl der Personen. Diese variiert aber immer wieder, weil es zu Absagen oder Krankheitsausfällen kommt. Die Eltern müssen natürlich auch über die Fahrt informiert und das Geld eingesammelt werden.

Die Planung des Programmes plant der jeweilige Lehrer vor Ort. Wenn wir nach Tschechien fahren, ist der Lehrer für die Programmpunkte zuständig. Genauso läuft es, wenn die Gastschüler zu uns nach Deutschland kommen. Derjenige der die Teilnehmer empfängt, zahlt dann einige Eintritte oder lädt die Gruppe einmal zum Abendessen ein.

**4) Was sind die Gründe für die selbständige Organisation der Klassenfahrt?**

Ein Austausch kann über kein Reisebüro organisiert werden, weil die Schüler in Gastfamilien untergebracht sind. Der Reiseveranstalter könnte eventuell die Tagesausflüge planen. Wir fahren einmal nach Prag und machen eine Moldau-Rafting-Tour. Ob diese Ausflüge über einen Reiseveranstalter preiswerter wären, weiß ich nicht. Aber einzelne

Tage zu planen wäre möglich. Es müsste nur berücksichtigt werden, dass die Schüler dort auch zur Schule gehen und bei Gastfamilien wohnen.

**5) Welche Nachteile hat eine eigenständige Planung für Sie?**

Das größte Problem ist, dass die Schülerzahl immer etwas variiert. Ein Schüler wird krank, bricht sich den Arm oder springt ab.

Dadurch weiß man auch nicht, wie viel Geld letztendlich zur Verfügung steht. Der Austausch wird vom deutsch-tschechischen Zukunftsfonds gefördert. Auf eine Bestätigung muss man länger warten. Der Budgetrahmen liegt bei € 200,-. Dieses Jahr hatten wir nur 5 Teilnehmer. Die Teilnehmerzahl ist von Jahr zu Jahr unterschiedlich. Die Schüler dürfen sich für einen Austausch entscheiden. Entweder sie nehmen am Austausch mit Italien, England oder Tschechien teil. Manchmal ergeben sich auch 20 Anmeldungen für Tschechien.

**6) Was fehlt Ihrer Meinung nach bei den Leistungen eines Reisebüros/Reiseveranstalters?**

Für einen Schüleraustausch ist das Reisebüro nur bedingt geeignet. Die Planung einer Studienfahrt mit Hilfe eines Reisebüros ist dagegen besser geeignet.

**7) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Wenn ich allgemein nur eine Klassenfahrt über ein Reisebüro buchen würde, darf das Angebot mein Budget nicht überschreiten und meine Wünsche und Vorstellungen sollten berücksichtigt werden.

### **Interview 13**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewte: Frau Martina Daferner

Beruf: Lehrerin im Vorruhestand, war tätig als Lehrerin an der Volksschule in Winhöring

Datum: 06.06.2014

**1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Die letzte Fahrt, die ich vor meinem Ruhestand durchgeführt habe, fand für die 6. Klasse Hauptschule statt. Wir sind nach Burghausen ins Schullandheim gefahren.

**2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Einen Beauftragten hat es an meiner Schule nicht gegeben. Für die Planung war der jeweilige Klassenlehrer zuständig. Dieser hat alles selbst organisiert.

**3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Die Fahrt wurde acht Wochen vor Reiseantritt selbstständig geplant. Dabei habe ich den Schülern verschiedene Vorschläge zur Programmgestaltung gemacht. Es war mir immer wichtig, dass auch Lernpakete im Programm enthalten waren. Die Kinder sollen natürlich Freizeit haben, aber als Lehrer möchte man doch auch Wissen vermitteln.

Einmal haben wir einen ganzen Tag in der Natur verbracht und die Kinder mussten aus Steinen, Blättern, eben alles was in der Natur zu finden ist, ein Kunstwerk kreieren.

**4) Was sind die Gründe für die selbständige Organisation der Klassenfahrt?**

Mir war es immer wichtig nicht weit weg vom Heimatort zu sein. Erstens, weil es sehr anstrengend sein kann, wenn ständig gefragt wird, wann wir endlich ankommen und zweitens gab es immer wieder Schüler, die starkes Heimweh hatten. Ein Anruf bei den Eltern genügte und sie sind innerhalb der nächsten halben Stunde da. Daher war die Jugendherberge in Burghausen ideal. In dieser Unterkunft war ich schön öfter, daher kannte man die Hausleitung. Es haben dort auch Fortbildungen der Schule stattgefunden.

**5) Welche Nachteile hat eine eigenständige Planung für Sie?**

Die Herausforderung ist natürlich, dass zusätzlich der Unterricht neben der Planung läuft und man alles unter einen Hut bringen muss. Während der Fahrt habe ich als Ansprechperson einen 24-Stunden-Dienst. Das ist schon auch anstrengend.

Mit Stornierungen gab es in der Unterkunft nie Probleme. Wenn es ein Teilnehmer weniger war, wurde das auf Kulanz gemacht. Durch die lange Zusammenarbeit entstand eben ein gutes Verhältnis zur Hausleitung.

**6) Was fehlt Ihrer Meinung nach bei den Leistungen eines Reisebüros/Reiseveranstalters?**

Diese Frage hat sich für mich nie gestellt, da ich immer ortsnah zur Schule bleiben wollte und dafür keinen Veranstalter brauchte. Ich habe nie über einen Veranstalter gebucht und kann auch nichts darüber berichten.

Einige Kollegen haben über ein Reisebüro gebucht. Deren Schüler waren aber älter. Dafür ist es auch sinnvoller eine Fahrt mit Hilfe eines Reisebüros zu planen.

## **Interview 14**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Frau Marianne Maierhofer

Beruf: Lehrerin an der Realschule in Simbach

Datum: 06.06.2014

**1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Die letzte Klassenfahrt habe ich für die 10. Klasse organisiert. Wir haben eine Abschlussfahrt durchgeführt.

**2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Die Organisation übernimmt immer der Klassenlehrer. Einen Beauftragten für alle Fahrten gibt es nicht.

**3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Im März/April werden die Schüler gefragt, wo sie gerne hinfahren möchten. Es wurden dann ein paar Zielvorschläge gemacht. Ich habe mich besonders für Berlin eingesetzt und habe versucht etwas Einfluss darauf zu nehmen. Nach einer geheimen Abstimmung hatte Berlin die meisten Stimmen.

Die Planung muss mindestens ein halbes Jahr im Voraus beginnen. Ein Reisebüro habe ich nicht beauftragt, sondern habe alles selbst organisiert.

**4) Was sind die Gründe für die selbständige Organisation der Klassenfahrt? / Warum buchen Sie über einen Reiseveranstalter?**

Wir benutzen hauptsächlich den Bus als Verkehrsmittel. An der letzten Fahrt haben 2 Klassen mit insgesamt 55 Personen teilgenommen. Es ist immer etwas schwierig ein Unternehmen zu finden, die große Busse haben. Der Bus bleibt die ganze Woche über in Berlin und bringt uns zu den einzelnen Programmpunkten.

Das Busunternehmen kannte ich bereits von einer vorherigen Fahrt. Ich habe mich auch über Flüge informiert, jedoch war mir das zu teuer. Das Busunternehmen hatte zudem ein Hotel und eine Stadtführung im Angebot. Somit stand das Rahmenprogramm und ich kümmerte mich um weitere Aktivitäten. Ich machte eine Anfrage im Museen, im Bundestag usw.

Außerdem bin ich der Meinung, dass eine selbstständige Planung kostengünstiger ist, als die Buchung über einen Reiseveranstalter.

**5) Welche Nachteile hat für Sie die Buchung über einen Veranstalter?**

Ich denke, dass es über einen Reiseveranstalter zu teuer wird. Das Budget liegt bei € 250,- bis € 300,- pro Person für 5 Tage. Das Problem dabei ist, dass die Schüler aus unterschiedlichen Verhältnissen stammen. Manche können sich die Fahrt leisten, andere haben weniger Geld zur Verfügung. Daher wird von diesen ein Zuschuss beim Förderverein beantragt.

Da es auch noch nie Probleme mit dem Busunternehmen gab und die Stornierungen sehr kulant behandelt werden, habe ich auch an der selbstständigen Organisation festgehalten.

**6) Was fehlt Ihrer Meinung nach bei den Leistungen eines Reisebüros/Reiseveranstalters?**

Ich bin mit dem Service und der Betreuung des Busunternehmens vollkommen zufrieden.

**7) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Es müsste ein Angebot erstellt werden, das in unseren Budgetrahmen passt und alle Programmpunkte, die ich mir wünsche beinhalten. Ich habe schon ein paar Male ein Angebot über ein Reisebüro angefordert, jedoch hat das nicht meinen Vorstellungen entsprochen. Auch muss man viel telefonieren um Änderungen durchzugeben. Einige Reiseanbieter haben eine kostenpflichtige Telefonnummer, was bei einem längeren Telefonat sehr teuer werden kann.

Wäre aber ein passendes Angebot von einem Reiseveranstalter dabei, würde ich es vielleicht auch buchen. Meine Kollegin ist bereits mit einem Veranstalter auf Klassenfahrt gegangen und war sehr positiv davon beeindruckt, wie gut die Organisation verlief.

### **Interview 15**

Interviewer: Karina Bleck

Interviewter: Herr Michael Birnstiel

Beruf: Lehrer an der Fach- und Berufsoberschule in Wasserburg am Inn

Datum: 06.06.2014

#### **1) Für welche Jahrgangsstufe haben Sie die letzte Klassenfahrt organisiert?**

Die letzte Fahrt war für die 12. Klasse. Wir haben eine Abschlussfahrt mit einer Studienfahrt kombiniert.

#### **2) Gibt es einen Beauftragten an Ihrer Schule, der sich um alle Klassenfahrten kümmert? Ist der jeweilige Klassenlehrer zuständig für die Organisation?**

Einen Beauftragten gibt es nicht. Bei uns ist das immer unterschiedlich. Der Klassenlehrer plant zwar auch die Fahrt mit seiner Klasse, aber oft hat dieser keine Zeit oder stellt sich nicht zur Verfügung, alles zu organisieren. In diesem Fall kann ein anderer Lehrer, der die Klasse unterrichtet, die Planung übernehmen.

#### **3) Wie sieht der Planungsprozess für die Klassenfahrt aus? Planen Sie ihre Fahrt selbstständig oder buchen Sie über ein/en Reisebüro/Reiseveranstalter?**

Einerseits wird über das Reisebüro gebucht. Damit habe ich bis jetzt gute Erfahrungen gemacht. Andererseits organisiere ich eigenständig, wenn das Angebot vom Veranstalter nicht meinen Vorstellungen entspricht.

#### **4) Warum buchen Sie über einen Reiseveranstalter?**

Die Buchung über einen Veranstalter ist viel praktischer und raubt mir nicht so viel Zeit. Unsere Fahrten nach Prag werden immer über einen Veranstalter gebucht. Dieser ist in Prag sehr gut vernetzt, gibt gute Tipps und bis jetzt hat alles wunderbar geklappt.

#### **5) Welche Nachteile hat für Sie die Buchung über einen Veranstalter? /Welche Nachteile hat eine eigenständige Planung für Sie?**

Die Herausforderung bei einer Klassenfahrt über einen Veranstalter ist mit Sicherheit die finanzielle Situation. Das Angebot muss in den Budgetrahmen passen, damit jeder Schüler an der Fahrt teilnehmen kann. Für mich als Lehrer ist aber auch immer wieder der Papierkram eine Herausforderung.

Bei einer selbstständigen Planung muss ich viel Zeit aufbringen und bin auch vor Ort nicht so gut vernetzt wie der Reiseveranstalter. Darüber hinaus bringt die Eigenverantwortung Unsicherheit mit. Ich habe keinen direkten Ansprechpartner und das gesamte Programm wird teurer als bei einem Veranstalter.

#### **6) Was fehlt Ihrer Meinung nach bei den Leistungen eines Reisebüros/Reiseveranstalters?**

Ich und bestimmt einige meiner Kollegen würden sich wünschen, dass das Reisebüro mehr auf die Anliegen von uns eingeht. Es ist schön ein Angebot mit verschiedenen Programmpunkten zu erhalten, jedoch entspricht das nicht immer den Vorstellungen vom Lehrer. Die Ausarbeitung der Angebote müsste spezieller sein.

**7) Was müsste man tun, um Sie davon zu überzeugen nur noch über einen Veranstalter zu buchen?**

Es kommt immer darauf an, welches Zielgebiet angestrebt wird. Wenn ich mich im Zielort nicht gut auskenne und keinen Überblick über die möglichen Freizeitaktivitäten habe, ziehe ich auf jeden Fall ein Reisebüro zur Planung hinzu. War ich allerdings schon selbst vor Ort und kenne die Umgebung, buche ich selbstständig. Wie die Buchung dann letztendlich aussieht, hängt von der Situation ab.

## Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Vorname Nachname